



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE GARÇA
CURSO DE TECNOLOGIA EM INFORMÁTICA – GESTÃO DE NEGÓCIOS**

ANDRÉ LUIZ PACHECO ALBERO

**EMPREENDEDORISMO: FATOR VITAL NA SOBREVIVÊNCIA
DAS PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS**



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE GARÇA
CURSO DE TECNOLOGIA EM INFORMÁTICA – GESTÃO DE NEGÓCIOS

ANDRÉ LUIZ PACHECO ALBERO

EMPREENDEDORISMO: FATOR VITAL NA SOBREVIVÊNCIA
DAS PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Tecnologia de
Garça – FATEC, como requisito para
conclusão do Curso de Tecnologia em
Informática – Gestão de Negócios.

Orientador: Prof. Julio Cezar de Oliveira Silva



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE GARÇA
CURSO DE TECNOLOGIA EM INFORMÁTICA – GESTÃO DE NEGÓCIOS**

ANDRÉ LUIZ PACHECO ALBERO

**EMPREENDEDORISMO: FATOR VITAL NA SOBREVIVÊNCIA
DAS PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Tecnologia de Garça – FATEC, como requisito para conclusão do Curso de Tecnologia em Informática – Gestão de Negócios, pela seguinte Comissão Examinadora

Data de Aprovação: 07/07/2007.

Prof. Julio Cezar de Oliveira Silva
FATEC-Garça

Profª. Drª. Fátima Ahmad Rabah
FATEC-Garça

Prof. Ms. William Carlos Cruz
FATEC-Garça

***Dedico este trabalho à minha esposa Sandra e
aos meus filhos Juliana e Marcel
pela paciência, amor e carinho.***

AGRADECIMENTOS

*Um dia, nalgum lugar, uma eternidade após,
Eu relembriaria tudo isso num suspiro:
Dois caminhos divergiam numa floresta de outono,
E eu, eu escolhi o menos percorrido,
E isto fez toda a diferença!*

ROBERT FROST

Em meio a tantos agradecimentos, primeiro agradeço a **Deus, Criador de todas as coisas e de tudo que nelas há, pela Sua paciência e misericórdia em nossas vidas**; à minha esposa e eterna namorada Sandra; aos meus filhos Juliana e Marcel, motivo de alegria em nossas vidas; à Direção da Instituição; aos amigos professores pela dedicação; aos Orientadores e amigos, Professor Julio Cezar Oliveira da Silva e Prof^a. Ms. Claudia Maria Bernava Aguillar, Co-Orientadora, também pela dedicação externada à formalização deste trabalho; aos amigos alunos da segunda turma; e, em especial aos amigos Caio, Dalila, Fernando, Guilherme, Jose Roberto, Karen, Karininha, Orlando, Rosana, Valdecir e Valdinéia que fizeram parte dos grupos de estudo e dividiram junto às dificuldades e alegrias durante a graduação.

“Os empreendedores são os heróis populares da moderna vida empresarial. Eles fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva. A cada ano, milhares de indivíduos desse tipo, de adolescentes a cidadãos mais velhos, inauguram novos negócios por conta própria e assim fornecem a liderança dinâmica que leva ao progresso econômico” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997).

RESUMO

Tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo, em valores culturais. O empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é fator de inovação tecnológica e crescimento econômico. Por que introduzir a cultura empreendedora em nossas escolas, quais os motivos estão por trás da necessidade de motivar os nossos jovens a abrir o próprio negócio ou ter atitudes empreendedoras na área que escolherem para atuar e, principalmente, quais elementos tornam essa necessidade urgente? O estímulo ao empreendedorismo, a evolução sustentada dos pequenos negócios, o monitoramento e as razões do fechamento prematuro dessas empresas são objetivos específicos deste trabalho. O Brasil, com imenso passivo social, é considerado um dos países com maior taxa de mortalidade de empresas. Sobretudo, uma elevada taxa de mortalidade de empresas é um indício de que algo não está funcionando como deveria.

Palavras chave: Empreendedorismo. Sobrevivência e Mortalidade de Pequenas Empresas. Perfil empreendedor.

ABSTRACT

Everything leads to believe that the economic development is function of the degree of Intrapreneuring of a community. The ambient conditions favorable to the development need entrepreneurs who use to advantage them and that, through its leadership, capacity and of its profile, they go off and they co-ordinate the development process, whose roots are, over all, in cultural values. The enterprising creates and places values for individuals and for the society, that is, it is factor of technological innovation and economic growth. Why to introduce the enterprising culture in our schools, which the reasons are for backwards of the necessity motivating our young to open the proper business or to have enterprising attitudes in the area that to choose to act e, mainly, which elements become this urgent necessity? I stimulate it to the intrapreneuring, the supported evolution of the small businesses, the monitory and the reasons of the premature closing of these companies are objective specific of this work. Brazil, with immense social liabilities, is considered one of the countries with bigger tax of mortality of companies. Brazil, with immense social liabilities, is considered one of the countries with bigger tax of mortality of companies. However, one raised tax of mortality of companies is an indication of that something is not functioned as it would have.

Words key: Intrapreneuring. Survival and Mortality of Small Companies. Enterprising Profile.

LISTA DAS ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Mortalidade e Sobrevivência das Empresas do Estado de São Paulo.....	29
Figura 2: Empresas Registradas na JUCESP entre 1999 e 2003 por Setor de Atividade.....	30
Figura 3: Principal Motivo que Levou o Empresário a Abrir sua Empresa.....	32
Figura 4: Falta de Planejamento: Empresários que não Levantaram Informações Antes da Abertura do Negócio.....	33
Figura 5: Principais Fontes de Recursos Utilizadas para Iniciar a Empresa.....	34
Figura 6: Faixa Etária das Pessoas que Iniciaram sua Empresa na JUCESP.....	39
Figura 7: Destino dos Recursos que Investiu (Apenas Empresas Encerradas).....	47
Figura 8: Situação Financeira do Empresário quando Fechou a Empresa (Empresas Encerradas).....	47
Figura 9: Comparação entre as Taxas de Mortalidade das Empresas Registradas na JUCESP e das Empresas Clientes do SEBRAE-SP.....	54
Figura 10: Principais Preocupações da Pequena Empresa.....	84
Figura 11: Como ter Acesso a Tecnologia.....	86
Figura 12: Acesso ao Crédito.....	87
Figura 13: Como Aumentar as Exportações.....	88
Figura 14: Sistema de Tributação para a Pequena Empresa.....	89
Figura 15: Como Ter Acesso a Novos Mercados.....	90
Figura 16: Como Ter Acesso a Justiça.....	91
Figura 17: Critérios para Definição de Pequena Empresa.....	92

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Características dos Proprietários das Empresas Abertas na JUCESP.....	35
Quadro 2: Ocupação Anterior das Pessoas que Abriram seu Negócio na JUCESP.	37
Quadro 3: Características do Planejamento e da Gestão das Empresas Abertas na JUCESP.....	41
Quadro 4: Ambiente Institucional ou Políticas de Apoio a Empresas Abertas na JUCESP.....	56
Quadro 5: Características dos Donos: Comparações entre Empresas Clientes SEBRAE-SP e Empresas Registradas na JUCESP.....	60
Quadro 6: PIB do Brasil e do Mundo.....	78
Quadro 7: Investimento e Despesas Primárias.....	80
Quadro 8: Estimativas do custo Social do Fechamento das Empresas Paulistas.....	83

LISTA DE SIGLAS

ABASE	Associação Brasileira dos Sebrae Estaduais.
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas.
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.
CDES	Conselhos Deliberativos Nacionais.
CDN	Conselho deliberativo Nacional.
CEBRAP	Centro Brasileiro de Análise e Planejamento.
CNI	Confederação Nacional das Indústrias.
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas.
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.
EPPS	Empresas de Pequeno Porte.
FAT	Fundo de Amparo ao Trabalhador.
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo.
FUNCEX	Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior.
GEM	Grupo Monitor de Empreendedorismo.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas.
IBT	Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário.
ICMS	Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias.
ICT	Instituição Científica e Tecnológica.
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados.
IPTR	Imposto sobre Propriedade Territorial Rural.
INSS	Instituto Nacional de Seguridade Social.
IRPJ	Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica.
ISS	Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza.
JUCESP	Junta Comercial do Estado de São Paulo.
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul.
MES	Micro Empresas.
MONAMPE	Movimento Nacional das Micro e Pequenas Empresas.
MPES	Micro e Pequenas Empresas.
PASEP	Programa de Patrimônio do Servidor Público.
PEC 41	Proposta de emenda Constitucional nº 41.
PIB	Produto Interno Bruto.
PIS	Programa de Integridade Social.
PMES	Pequenas e Micro Empresas.
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SELIC	Sistema Especial de Liquidação e Custódia.
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.
SESI	Serviço Social da Indústria.
SIAFI	Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal.
SICAF	Sistema de Cadastro dos Fornecedores.
SIMPLES	Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

SUMÁRIO

1	Introdução	13
2	Fronteiras Científicas.....	17
3	Horizontes Metodológicos	23
3.1	Perfil e Dados Estatísticos das MPEs Paulistas	28
3.1.1	Características das Empresas por Setor de Atividade	30
3.1.2	Fatores que Incentivaram a Abertura da Empresa.....	31
3.1.3	Principais Fontes de Recursos Utilizadas	33
3.2	Perfil dos Empreendedores Pesquisados.....	34
3.2.1	Ocupação Anterior dos Empreendedores	36
3.2.2	Faixa Etária dos Empreendedores Paulistas.....	38
4	Eventos Precipitadores do Insucesso das MPEs	40
4.1	Ausência de Perfil Empreendedor	42
4.1.1	Necessidade de Realizar.....	43
4.1.2	Custo de Ser Empreendedor.....	44
4.1.3	Disposição para Assumir Riscos	45
4.1.4	Predisposição para Identificar Oportunidades.....	47
4.1.5	Criatividade	48
4.2	Ausência de Planejamento Inicial na Abertura das MPEs.....	49
4.2.1	Conhecimento Técnico dos Produtos ou Serviços	51
4.2.2	Ausência de Colaboradores e Parceiros	53
4.2.3	Falta de Recursos para a Viabilização do Empreendimento	55
4.2.4	Importância dos Pré-requisitos.....	57
4.3	Deficiência no Gerenciamento e Identificação do Negócio	57
4.3.1	Identificação de Oportunidades.....	60
4.3.2	Sazonalidade.....	62
4.3.3	Recessão Econômica e Controles Governamentais	63
4.3.4	Comercialização de Produtos de Disponibilidade e Custo Incerto	64
4.3.5	Ciclo de Vida do Setor: Expansão, Estagnação ou Retração.....	64
4.3.6	Lucratividade	65
4.3.7	Localização e Tendências Históricas	66
4.3.8	Evolução Tecnológica	67
4.3.9	Entusiasmo Pessoal e Metas Definidas	68
4.3.10	Clientes Potenciais: Vendas.....	69
4.4	Falta de Política de Incentivos ao Empreendedorismo.....	70
4.4.1	Reforma Tributária e a Lei do Simples	71
4.4.2	Uma Estratégia para o Brasil.....	73
4.4.3	A Mobilização de Entidades de Representação em Apoio Setor.....	74
4.5	Conjuntura Desfavorável à Conjuntura Econômica Brasileira	77
4.5.1	Risco de Retração.....	78
4.5.2	Tendências Futuras da Economia Brasileira	79
5	Custo Social da Falta de Políticas de Crescimento	82
5.1	Principais Reivindicações dos Empreendedores.....	84

5.1.1	Acesso à Tecnologia	86
5.1.2	Acesso ao Crédito	86
5.1.3	Acesso à Exportações	87
5.1.4	Tributação Diferenciada por Regiões	88
5.1.5	Política de Compras Governamentais - Acesso Novos Mercados	89
5.1.6	Acesso à Justiça.....	90
5.1.7	Padronização de Conceitos de Pequenas Empresas.....	91
6	A Lei Geral Complementar Nº 123 e a Recente Realidade Brasileira	93
6.1	Da Definição de Microempresa e de Empresa de Pequeno Porte	94
6.1.1	Da Definição de Pequeno Empresário	94
6.1.2	Principais Delimitações quanto ao Conceito de MPE.....	95
6.2	Da Inscrição e Baixa.....	95
6.2.1	Cadastro Unificado e Desburocratização - Abertura de Empresas	97
6.3	Da instituição e Abrangência dos Tributos e Contribuições	98
6.3.1	Diminuição e Simplificação da Carga Tributária.....	99
6.3.2	Alíquotas Propostas na Lei Complementar	100
6.4	Do Acesso aos Mercados: Licitações Públicas e Associativismo.....	100
6.4.1	Do Associativismo: Incentivo às Exportações	101
6.4.2	Principais Benefícios das Medidas	101
6.5	Estímulo ao Crédito e Capitalização.....	102
6.5.1	Benefícios: Estímulo ao Crédito e Compras Governamentais.....	103
6.6	Do Estímulo à Inovação	103
6.6.1	Do Apoio à Inovação	104
6.6.2	Importância dos Dispositivos de Incentivo a Inovação	105
6.7	Do Acesso à Justiça	105
6.7.1	Da Conciliação Prévia, Mediação e Arbitragem	106
6.7.2	Benefícios Concretos	106
6.8	Do Apoio e da Representação	106
6.9	Principais Considerações - Referência a Lei Complementar Nº 123.....	107
7	Considerações Finais	108
	Referências	113

1 Introdução

*“Venha para a beira”, disse ele.
Eles responderam: “Nós estamos com medo”.
“Venha Para a beira”, disse ele.
Eles vieram. Ele os empurrou... e eles voaram.
APOLLINAIRE*

O Brasil, após longos anos de centralização, estatização e burocratização, está, finalmente, chegando à conclusão de que o caminho a trilhar é o oposto. Na realidade, no atual momento histórico, o mundo inteiro parece concordar a respeito dos benefícios e virtudes causados pela livre iniciativa.

Da Europa à Ásia e até na América Latina, ressoam manifestações e congressos enfatizando o papel essencial do empreendedor, da iniciativa privada, da livre concorrência e dos mecanismos de mercado no desenvolvimento de toda a economia, reavivados pela abertura de mercados e novos horizontes advindos da globalização. Diante de tais convicções, resta empreender e desenvolver milhares de empresas de que os trabalhadores, consumidores, fornecedores e o próprio país tanto necessitam.

A imensa gama de pessoas que abrem anualmente seu próprio negócio gera a possibilidade da realização pessoal, colocando em prática suas concepções, com o intuito de obter sua independência no que diz respeito ao trabalho efetivamente e com adequadas e conseqüentes orientações projetadas por etapas, alcançarão crescimento e êxito financeiros, tornando-se economicamente independentes, podendo assim desfrutar de um melhor estilo de vida. Um melhor conceito e o que se encaixa ao mercado podem definir **Empreendedorismo** como: **Movimento que introduz novos produtos e serviços, criando novas formas de organização ou explorando novos recursos e materiais.**

Segundo Dolabela (1999, p.43), é uma palavra de origem francesa, “[...] é uma tradução livre que é feita do termo ‘**entrepreneurship**’ que é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação”. Abrange conceitos múltiplos em uma área de grande porte que trata de assuntos na criação de empresas, tais como: políticas

públicas; intra-empendedorismo (aquele empregado que é empreendedor); empreendedorismo de sociedade (aquele que trata com as comunidades); auto-emprego (o trabalhador autônomo), etc. Para exemplificar a conceituação de um empreendedor, pode-se citar ser a pessoa que abre uma empresa, qualquer que seja; que compra uma empresa e coloca nelas suas inovações e implementações, agregando assim valor ao produto e, conseqüentemente, aumentando sua produtividade, assumindo os riscos com sua forma de vender, administrar, fabricar, distribuir e comprar os produtos; pode ser aquela pessoa que inova na forma de fazer propaganda em seus produtos e serviços, agregando novos valores; e o empregado que introduz inovações em uma empresa/organização, provocando o surgimento de valores adicionais, gerando assim melhorias na receita da empresa, bem como crescimento em volume de produção.

Neste contexto, serão expostas as fronteiras científicas que nortearão as causas e efeitos da falta de incentivo ao empreendedorismo sustentado em nosso país. Serão também determinadas as estruturas que embasarão quantitativa e qualitativamente estes efeitos onde dados, informações, estatísticas e referenciais científicos delimitarão os horizontes metodológicos relevantes às pequenas empresas e aos seus empreendedores no Estado de São Paulo. Serão expostos também, os perfis e as características das empresas e dos empreendedores do Estado de São Paulo, elaborados pela entidade SEBRAE-SP que, nortearão os dados estatísticos e fatores declinantes que levaram a mortalidade das Pequenas Empresas do Estado de São Paulo.

O Brasil é realmente uma nação empreendedora. Porém, tal cenário está distante da realidade brasileira, onde o potencial dos pequenos negócios em gerar empregos e renda é abruptamente desperdiçado por falta de incentivos públicos, planejamento, capacitação e gestão deficiente das MPES. Serão identificados os principais eventos precipitadores do insucesso dos empreendimentos em decorrência da falta de capacitação e perfil de seus gestores.

Relevante, também, no tocante à capacitação dos empreendedores, serão referenciadas as formas de estimular a mobilização dos órgãos públicos e de classes a implantar mecanismos e instrumentos que levem aos 4,5 milhões de empreendedores paulistas a capacitação profissional e estruturação em planejamento para que possam gerir seus produtos e serviços, garantindo, assim,

maior competitividade. Não obstante, há necessidade de investimentos financeiros em apoio a novos e já existentes empreendedores, cedendo-lhes sobrevida neste período inicial das atividades do empreendimento. Ainda serão asseveradas as principais causas de insucesso das pequenas empresas do Estado de São Paulo, em função da ausência do planejamento inicial antes da abertura e da falta de recursos que possibilitariam a viabilização do empreendimento.

Estatisticamente, apesar de um suave recuo dos índices em relação aos estudos anteriores realizados pelo SEBRAE-SP, são graves as conseqüências da curta vida das MPES no Estado de São Paulo que fecham antes de completarem o quinto ano de atividades. Conseqüentemente, um país emergente, com imenso passivo social e elevada taxa de desemprego, não pode livrar-se desse pesadelo sem programas de estímulo ao empreendedorismo, dando-se ao luxo de acumular tantos prejuízos a seus proprietários e aos cofres públicos municipal, estadual e federal. As deficiências causadas pela ingerência administrativo-financeira e mercadológica dos negócios, bem como a incapacidade de detectar oportunidades de bons negócios serão delineadas diante do perfil empreendedor.

Contudo, não cabe dúvida de que o crescimento brasileiro somente será conquistado se houver estímulos com a instituição de políticas públicas favoráveis as MPES, gerando base para inclusão social por meio de emprego, elemento fundamental para o desenvolvimento da economia do País. Os fatores inibidores à operacionalização dos novos empreendimentos e a ausência de incentivos serão parte integrante deste trabalho.

As tendências para 2007 nortearão os fatos relevantes demonstrando a aceleração moderada no ritmo de crescimento devido à falta de elevação na taxa de investimentos. Como o cenário mundial continuará bastante favorável, o crescimento moderado se explica pela inexistência de ações efetivas à superação dos obstáculos que limitam a expansão da economia nas últimas décadas. Os investimentos públicos, importantes para a produtividade da economia continuam baixos, em relação aos anos anteriores, no tocante a investimentos e despesas primárias. Os empreendedores querem ser parceiros de um novo Brasil que promova crescimento com distribuição de renda. Tudo o que os empreendedores brasileiros precisam é de um ambiente propício ao investimento.

Será contextualizado o impacto econômico causado pela falta de investimentos primários nos setores da economia, a falta de incorporação de novas tecnologias e o custo social representado pela falta de políticas incentivadoras para o país, no período compreendido entre 1997 a 2006 e a possível mudança no cenário brasileiro em função da promulgação da Lei Complementar Nº 123, datada de 14 de dezembro de 2006, que passará a vigorar em julho de 2007, a qual visa gerar políticas de incentivos às pequenas empresas nacionais.

Não obstante, o fechamento das empresas, implicarem na possibilidade de eliminação de postos de trabalho, interrupção de fluxo produtivo, perda de recursos investidos, evasão de rendas na sonegação de impostos e, no plano pessoal, a frustração das expectativas depositadas no sonho do negócio próprio, sobretudo, objetiva-se com este estudo, gerar informações que sirvam de base para a elaboração e conhecimento de estratégias e políticas específicas, aos empreendedores responsáveis por milhares de empresas abertas todo ano no Estado de São Paulo, visando reduzir a ocorrência da mortalidade dos pequenos negócios, objetivando inclusive, uma melhor preparação técnico-educacional e econômico-financeira em vista de novos empreendedores.

Neste sentido, procurar-se-á, captar e destacar as características do perfil empreendedor que mais contribuem para a sobrevivência dos pequenos negócios e as taxas de mortalidade incidentes sobre as micro e pequenas empresas do estado de São Paulo no período compreendido entre os anos de 1999 e 2003. Os vários fatores que inibem o surgimento e a capacitação de novos empreendedores podem ser suplantados. Cabe à sociedade, esforço para alcançar as melhores soluções. “[...] A pequena empresa é um problema do Sebrae. **Nada mais enganoso**. É um problema, ou melhor, uma solução que toda a sociedade tem que perseguir, porque ela é a base do desenvolvimento econômico” (DOLABELA, 1999, p.63, grifo nosso).

2 Fronteiras Científicas

É muito difundida a visão romântica de ciência que procura associar as invenções e descobertas exclusivamente à genialidade do cientista. Não há como deixar de considerar o papel capital das qualidades pessoais do pesquisador no processo de criação científica, mas é também muito importante o papel desempenhado pelos recursos de que dispõe o pesquisador no desenvolvimento e na qualidade dos resultados da pesquisa (GIL, 2002, p. 18).

A importância de ressaltar a valorização do empreendedorismo no cenário nacional tornou-se um consenso nas duas últimas décadas. Não menos importante é a imprescindibilidade em acelerar o crescimento econômico do Brasil de forma a retirá-lo do ciclo de estagnação em que se encontra atualmente. Porém, para obter legitimidade, as ações e fórmulas para reavivar o dinamismo da economia terão que vir acompanhadas de investimentos e incentivos aos 4,5 milhões de empreendedores brasileiros e seus pequenos negócios. A relevância do valor dos empreendedores pertencentes ao Estado de São Paulo, no período compreendido entre 1999 a 2003 - seus negócios; os perfis empresa e empreendedor; fatores de relevância a sobrevivência de seus negócios; seus percalços; suas exigências diante dos poderes públicos e uma possível nova realidade brasileira na década vindoura em função da promulgação da Lei Complementar¹ Nº. 123, em apoio à micro e pequenas empresas, serão objetivos de estudo deste trabalho.

Busca-se com a elaboração deste trabalho, em seu Capítulo 2, comprovar estatisticamente que o comportamento empreendedor eficaz é fator vital para a sobrevivência de um novo empreendimento. Abordar-se-á a sofrível realidade dos pequenos negócios no Estado de São Paulo - foco desta pesquisa - e os perfis dos empreendedores e empreendimentos deste segmento. Para tanto, buscar-se-á embasamento científico e estatístico nas obras dos autores Marco Antônio Bedê (2005), coordenador do órgão, IBGE, e de entidades ligadas a pequenas empresas

¹ Lei Complementar Nº 123: Lei promulgada em 14 de dezembro de 2006, pelo presidente em exercício que regulamenta primordialmente certa política de benefícios às pequenas empresas brasileiras. Sua íntegra está disponível em <http://www.presidencia.gov.br>.

como FIESP e CNI, entre outras. A importância de refletir o empreendedorismo como fórmula para dinamizar a economia brasileira é ressaltada por Paulo Antonio Skaf, ex-presidente do Conselho Deliberativo do órgão SEBRAE e atual vice-presidente da CNI, recém-empossado para o período 2006 – 2010, em obra publicada pelo órgão, e coordenada pelo autor Bedê (2005), que estima:

A cada ano, cerca de 500 mil novas empresas são criadas e com elas surgem cerca de 1,5 milhão de postos de trabalho. Imaginem que país nós teríamos se a grande maioria dessas iniciativas tivesse condições de prosperar. Em cerca de 12 anos o problema do desemprego estaria praticamente solucionado (BEDÊ, 2005, apêndice).

Busca-se comprovar também, que o caminho para um processo de crescimento sustentável é árduo e não permite soluções mágicas. É fruto de muito trabalho e um desafio a toda a sociedade que não deve perder a oportunidade de cobrar dos responsáveis, respostas às principais questões diante da ineficiência e ingerenciamentos de políticas de apoio a livre iniciativa. Este sustentáculo científico ao empreendedorismo será embasado por obras como a do autor Degen (1989) ao considerar:

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por esse motivo, acreditamos que o melhor recurso que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços (DEGEN, 1989, p.09).

A demanda de fatores que influenciam as altas taxas na mortalidade dos empreendimentos no Estado de São Paulo é objeto de estudo do Capítulo 3 deste trabalho. Buscar-se-ão também embasamentos em pesquisas regidas pelos órgãos SEBRAE, FIESP, IBGE e CNI, anteriormente citados, e por autores de renome onde será explicitada a importância da adoção do perfil empreendedor nas empresas; os principais requisitos para sua formação exemplificando e enumerando as causas e possíveis efeitos contextualizados em seu perfil e sua relevância como forma de agregar valores às organizações. Os autores Veloso e Trevisan (2005), com

referência a criação do perfil empreendedor, vêm sustentar as reflexões, asseverando que:

Visto como uma competência a ser adquirida, o empreendedorismo depende da construção de contextos para se desenvolver. A sustentação de um metamodelo empreendedor será, então, viabilizada criando o processo recursivo que tornará tal formação uma atividade natural da organização (VELOSO; TREVISAN, 2005, p.47).

No tocante à capacitação profissional, conhecimento e habilidades salienta-se a importância de uma formação educacional / cultural anterior à abertura do empreendimento. Expõe-se ainda, a relevância do planejamento prévio e seus riscos, além da gestão empresarial na busca de inovações para aprimoramento de produtos e serviços, requisitos imprescindíveis e pertinentes à função empreendedora. Buscar-se-á neste tópico, embasamento em vários autores, cabendo citar a premissa dos autores Longenecker, Moore e Petty (1997, p.13) de que “[...] A educação e a experiência fazem parte da preparação necessária para a maioria dos empreendedores. Embora os requisitos variem com a natureza e as exigências de um negócio específico, certo tipo de Know-how é exigido”. Os obstáculos e percalços enfrentados serão enfatizados, enaltecendo-se as providências quanto a melhor formalização de um prévio planejamento por parte do empreendedor, fator este que, poderá representar uma das principais fontes de sobrevivência nos primeiros anos de atividade da empresa. Ainda neste tópico, buscou-se direcionamento científico nos autores Veloso e Trevisan (2005) que textualizam a ideia de que:

Para que a empresa tenha seus trabalhadores devidamente capacitados para corresponder às novas necessidades e os novos desafios do mercado, evidencia-se claramente que o melhor investimento futuro é a criação de um programa de melhoria no perfil de escolaridade e capacitação dos funcionários, para que acompanhem o nível de sofisticação e tecnologia de produtos e equipamentos pertencentes a operacionalização da empresa (VELOSO; TREVISAN, 2005, p.54).

Ressaltada ainda será a capacitação dos empreendedores quanto a gestão empresarial nos âmbitos técnico-administrativo, financeiro e mercadológico, fatores estes que asseveram demasiadamente os índices de mortalidade dos pequenos

negócios até o quinto ano de atividades dos pequenos empreendimentos. A vulnerabilidade em adaptarem-se as mudanças mercadológicas serão sustentadas por bibliografias dos autores Philip Kotler; Jain C. Dipak; Suvit Maesincee, Nicholas Imparato e Oren Harari. Neste contexto cabe premissa dos autores Imparato e Harari (1997) ressaltando a importância de as empresas adotarem estratégias pensando nos clientes do futuro, considerando que:

Para poder pensar no cliente do futuro, a empresa tem de estar sempre inovando, criando, reinventando a si mesma. Para criar tal mentalidade, ela precisa ter coragem de se questionar – levantando questões freqüentemente impopulares, enervantes e irreverentes. O desafio a que a organização se propõe é criar uma cultura que permita esse nível e esse grau de questionamento, partindo sempre da premissa de que o mundo está em permanente mudança (IMPARATO; HARARI, 1997, p.135).

No tocante a identificação de oportunidades, buscar-se-á explicitar os fatores primordiais para que o empreendedor possa identificar as possibilidades reais de sucesso e riscos do empreendimento – sazonalidade; recessão econômica; ciclo de vida do setor; lucratividade; localização e tendências futuras; tecnologia; vendas e entusiasmo pessoal no negócio – estes fatores serão embasados por bibliografias dos autores Philip Kotler, Jain C. Dipak, Suvit Maesincee, Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, Willian J. Petty e Ronald Jean Degen. A imprescindível importância desses fatores cabe relato dos autores Kotler, Jain e Maesincee de que:

A maioria das empresas é constituída por indivíduos que vivem da própria inteligência. Seu marketing é empreendedor. Eles visualizam uma oportunidade e batem em todas as portas para conquistar atenção. Geralmente dispõem de poucos recursos para manter vendedores, propaganda ou pesquisa de mercado (KOTLER; JAIN; MAESINCEE, 2002, p.157).

Fatores como a falta de políticas de incentivo, estratégias e mobilizações de entidades ligadas às pequenas empresas, serão alvos de estudos norteados ainda no Capítulo 3. Buscar-se-á embasamento destes fatores em pesquisas realizadas pelos órgãos anteriormente citados: SEBRAE-SP, FIESP e, no referencial bibliográfico do autor Bedê (2005). O risco social decorrente do ingerenciamento de políticas de incentivos é sustentado na obra do autor DeMasi (1999), que observa uma de suas conseqüências citando passagem que diz:

Quando na fábrica totalmente robotizada da Benetton for possível produzir roupa sem que nenhuma hora de trabalho humano tenha participado no ciclo produtivo, então o sonho ancestral terá sido realizado, mesmo que, por ironia do destino, os homens experimentem-no não como a libertação do trabalho, mas como o pesadelo do desemprego (DEMASI, 1999, p.104).

Buscar-se-á no Capítulo 4 deste trabalho, quantificar o custo social da mortalidade das MPES, abrilhantado pela premissa do autor DeMasi (1999), em detrimento à falta do empreendedorismo, demonstrando as perdas proporcionadas aos envolvidos neste processo: empreendedor, sociedade e cofres públicos. Tais números serão norteados por pesquisas referenciadas na obra do Coordenador do órgão SEBRAE-SP e autor Bedê (2005) e reforçadas pelo autor Degen (1989), que considera:

O empreendedor é o agente do progresso de destruição criativa que, é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros (SUMPETER, A. Joseph apud DEGEN, 1989, apêndice, cap.1).

As principais reivindicações dos empreendedores brasileiros serão dimensionadas, também no Capítulo 4, quanto a fatores como: acesso a tecnologias; acesso a crédito e financiamentos; acesso a exportações; política de tributação diferenciada por regiões; política de compras governamentais e acesso a novos mercados; acesso a justiça; e, a padronização de conceitos relativos a pequenas empresas. Estes fatores citados terão embasamento por pesquisas efetivadas por órgãos de apoio as MPES, disponibilizados nos sites: www.sebrae.com.br, www.sebraesp.gov.br e www.cni.org.br, além de revistas especializadas como – Sistema Indústria² e SENAIBRASIL, entre outras.

Relevante também salientar premissa dos autores Kotler, Jain e Maesincee (2002), no tocante a incentivos as pequenas empresas, considerando que tais

² Revista Sistema Indústria: INDÚSTRIA BRASILEIRA ano 7, nº.71, edição janeiro de 2007.

incentivos conduzem as empresas de uma economia legal para uma economia global, salientando ainda que:

Na nova economia, as empresas não precisam ser grandes para ser globais. Pela primeira vez, as pequenas empresas são capazes de alcançar clientes potenciais em todo o mundo e de localizar suas unidades em qualquer lugar (KOTLER; JAIN; MAESINCEE, 2002, p.09).

Contextualizando, buscar-se-á demonstrar no Capítulo 5 e último deste trabalho, os artigos de relevância instituídos pela promulgação da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, que passará a vigorar a partir de julho de 2007 que, preliminarmente estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Para tanto, serão delimitados os novos parâmetros contidos na Lei Complementar em consonância com as reivindicações dos empreendedores citadas no Capítulo 4 deste trabalho.

Salientando, as fronteiras científicas serão norteadas no sentido de comprovar estatisticamente que o comportamento empreendedor eficaz é fator vital para sobrevivência de um novo empreendimento objetivando gerar o equilíbrio empresarial necessário para atingir os objetivos principais, tais como a criatividade, profissionalização, a alta performance, a qualidade do produto produzido, e, conseqüentemente, a produtividade e a lucratividade.

3 Horizontes Metodológicos

A Metodologia é a explicação minuciosa, detalhada, rigorosa e exata de toda ação desenvolvida no método (caminho) do trabalho de pesquisa (RUIZ, 1991, p. 17).

Este trabalho procura abordar o segmento dos pequenos negócios como um dos principais pilares de sustentação da economia nacional, tanto pelo número de estabelecimentos e distribuição geográfica quanto pela sua capacidade de gerar empregos, fatos que, vêm assinalar redução no custo social brasileiro. Porém, ainda que reconhecida sua importância socioeconômica, o setor encontra sérios obstáculos ao seu crescimento, sustentabilidade e competitividade. Não há, portanto como cogitar de um novo modelo de desenvolvimento que não esteja baseado nos pequenos negócios, isto é, não há mais a possibilidade de conferir ao segmento o mesmo tratamento que se dá à grande empresa. Ao defender esta visão, o presente trabalho objetiva mostrar a importância do empreendedorismo no contexto social do país, analisando e descrevendo os principais fatores que incentivaram a mortalidade das empresas paulistas no Estado de São Paulo, no período compreendido entre 1999 a 2003, através de pesquisas realizadas por rastreamentos³ realizados em 2004 e 2005 pelo órgão SEBRAE-SP, cujo embasamento e resultados foram extraídos por pesquisas exploratórias e levantamentos contidos na obra do autor e coordenador do órgão Bedê (2005). Segundo Gil (2002, p.50, grifo nosso) “[...] as

³ Em resumo, a metodologia utilizada envolve o rastreamento das empresas por meio de levantamento dos dados cadastrais das empresas na Secretaria da Receita Federal, por meio do número do CNPJ, e na Junta Comercial do Estado de São Paulo, por meio do registro de abertura e “Ficha de Breve Relato”, onde são realizados registros de alterações no contrato social (composição societária, razão social, endereço, etc.), visita ao endereço atualizado da empresa, consulta a vizinhos, atual inquilino do imóvel, imobiliária, busca por telefone dos sócios-proprietários, visita à residência dos sócios-proprietários, consulta a antigo contador ou advogado da empresa e consultas diversas (p.ex. Associações Comerciais, moradores de bairro e sindicatos). O sorteio das empresas abertas em cada ano, de 1999 a 2003, foi realizado tendo como universo o conjunto das empresas abertas de janeiro a dezembro de cada ano, proporcionalmente aos registros de abertura mensal. O rastreamento dessas empresas foi realizado entre outubro e novembro de 2004.

pesquisas do tipo levantamento caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo **comportamento deseja conhecer**” e mediante a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas a cerca do problema estudado e de uma análise quantitativa, “[...] **obtêm-se as conclusões correspondentes** aos dados coletados”. Tais levantamentos visam à determinação de variáveis relacionadas aos seguintes itens:

- Determinar as taxas de mortalidade das empresas paulistas constituídas na Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP no período entre 1999 a 2003;
- Registrar e traçar os perfis das empresas e empreendedores contextualizados neste período; e
- Expor os fatores que influenciaram a mortalidade e sobrevivência das empresas com até cinco anos de atividade.

Em um segundo momento, a partir do detalhamento exposto nas pesquisas da obra do autor Bedê (2005), este trabalho visa identificar os principais fatores precipitadores do insucesso das MPES paulistas, detalhando suas particularidades embasadas em pesquisas exploratórias, explicativas e descritivas. Segundo Gil (2002, p.42), “[...] Uma pesquisa explicativa pode ser a continuação de outra descritiva, posto que a identificação dos fatores que determinam um fenômeno exige que este esteja suficientemente descrito e detalhado”. A metodologia adotada nos Capítulos de 3 a 5 será a bibliográfica que segundo Gil (2002, p.45, grifo nosso), “[...] A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a **cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla** do que aquela que poderia pesquisar diretamente”.

Seus principais apontamentos, sugestões, hipóteses, problemáticas, anotações, citações, tabulações de dados coletados e normatização do trabalho - será sustentada pela metodologia adotada nas obras dos autores: Andrade (2001 e 2005), Gil (1991 e 2002), Silva e Menezes (2001), Ruiz (1991) e normas da ABNT que regem a apresentação de monografias, permitindo resumir e expor os fatores a seguir:

- a. Ausência do perfil empreendedor;
- b. Ausência de planejamento antes da abertura das MPES;

- c. Deficiência na identificação de Oportunidades de Negócios;
- d. Falta de política de incentivos as MPES paulistas; e
- e. Conjuntura econômica desfavorável ao crescimento das MPES.

Este trabalho procura também, quantificar através de pesquisas seletivas de diversos autores, o custo social da falta do perfil empreendedor, bem como as principais reivindicações do segmento no Brasil, embasadas também em pesquisas exploratórias do órgão SEBRAE-NACIONAL, disponibilizadas através de sites do órgão e revistas especializadas. Segundo Silva e Menezes (2001) “Pesquisar, significa, de forma bem simples, procurar respostas para indagações propostas”. Segundo Andrade (2001) “Pesquisa pura (básica) é a satisfação do desejo de adquirir conhecimentos, sem que haja uma aplicação prática prevista”. Cita também que, “Pesquisa científica é um conjunto de procedimentos sistemáticos, baseados no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para os problemas propostos mediante o emprego de métodos científicos”.

Assevera-se que através de pesquisa documental, este trabalho procurou abordar uma possível reação na conjuntura econômica brasileira, em função da promulgação da Lei Complementar Nº. 123, embasado em depoimentos, argumentação em revistas especializadas do segmento, Sites Governamentais, Entrevistas em jornais e pela Internet, procurando listar proposições para a redução da mortalidade das MPES paulistas no Estado de São Paulo. Segundo Gil (2002, p.88) “[...] o material utilizado em pesquisas documentais pode aparecer sob os mais diversos formatos, tais como documentos pessoais, cartas, fotografias, fitas de vídeo, discos, entre outros”.

O Cronograma deste trabalho inicia-se em setembro de 2006 e sua constituição é embasada na obra de Gil (2002, p.59) asseverando que: “A pesquisa bibliográfica, como qualquer outra modalidade de pesquisa, desenvolve-se ao longo de uma série de etapas. Seu número, assim como seu encadeamento, depende de muitos fatores, tais como a natureza do problema, o nível de conhecimento que o pesquisador dispõe sobre o assunto, o grau de precisão que se pretende conferir à pesquisa etc.”. Para tanto as etapas foram assim compostas:

- a. **Definição do Tema Empreendedorismo:** face à retração atual da conjuntura econômica e dificuldades no ato de empreender sucesso nos negócios até o quinto ano de atividades (setembro / 2006);
- b. **Definição dos Objetivos Centrais:** em relação ao tema e aos principais objetivos a alcançar (setembro / 2006);
- c. **Levantamento dos Referenciais Bibliográficos:** levantamento de obras de várias autorias, de concordância ou não ao tema problema, em órgãos de classe, biblioteca FATEC e Municipal de Garça, sites especializados, jornais, revistas, entrevistas, palestras e cursos. (de setembro / 2006 a janeiro / 2007);
- d. **Pré-leitura Sumarizada:** realização de apontamentos, anotações e citações analisadas pelo sumário de suas obras, como também registros gráficos, tabelas, índices e artigos;
- e. **Leitura Seletiva:** extração de textos relacionados ao tema central e a suas disposições preliminares;
- f. **Leitura Reflexiva:** foi dada a importância às argumentações dos autores em suas obras, procurando buscar compreender, relacionar, organizar e relatar com objetividade seus registros e narrativas;
- g. **Leitura Interpretativa:** inicia-se a busca pela problematização e conceituação das idéias expressas, buscando concordância ou não com os autores;
- h. **Definição das Problemáticas:** através das etapas anteriores foi possível determinar as problemáticas e fatores contributivos que desencadearam o tema problema;
- i. **Formalização das Hipóteses:** utilizando a mesma metodologia, definir proposições, hipóteses e fatores que precipitaram o tema problema;
- j. **Desenvolvimento do Tema:** norteamento e desenvolvimento das idéias centrais, seus objetivos e horizontes;
- k. **Conclusão:** exposição das proposições e considerações finais sobre o tema escolhido;

- l. **Redação do Texto:** concomitantemente às anotações e aos apontamentos inicia-se a formalização do texto por meio da informática;
- m. **Revisão Final do Referencial Bibliográfico:** estabelecimento das fronteiras científicas para início das demais etapas;
- n. **Correção Gramatical e Ortográfica:** inicia-se a correção do contexto através do uso das escritas do Português / Brasil e Inglês / USA (Março / 2007);
- o. **Normatização Técnica do Trabalho:** normatização embasada nos autores e referenciais ABNT (Março / 2007); e
- p. **Impressão de exemplares Espiralados:** impressão de 4 exemplares espiralados, sendo 3 para composição da banca e 1 para o graduando (Maio / 2007).

3.1 Perfil e Dados Estatísticos das MPEs Paulistas

A forma de empreender através de pequenas empresas foi primeiro percebida pela Inglaterra, que criou grupos de pesquisas para estudar a importância da pequena empresa na economia após a Primeira Guerra Mundial, na década de 1920. Uma das descobertas foi que os pequenos negócios geram mais empregos do que as grandes organizações. As pesquisas continuaram e, em 1971, o relatório da Comissão Bolton demonstrou: os pequenos negócios surgem quando as circunstâncias não favorecem a produção em massa das grandes empresas e sua consequente economia de escala. Ele evidenciou também que os pequenos negócios são criados por empreendedores, o que reserva a estes e aos que geram o auto-emprego lugar central no campo do empreendedorismo (DOLABELA, 1999, p.39).

Entre os fatores primordiais para o desenvolvimento sócio-econômico do país estão, sem dúvidas, a sobrevivência e o crescimento sustentado dos 500 mil novos pequenos negócios inaugurados anualmente no país. É certo que a abertura e o fechamento de empresas são inerentes ao mercado de negócios em qualquer parte do mundo. Porém, um país, com imensas deficiências sociais, não se pode submeter à falta de investimentos primários em função da ausência de políticas públicas de apoio as MPES. Este Capítulo está direcionado a dimensionar estatisticamente os aspectos que levaram a inviabilizar os empreendimentos, levando seus empreendedores ao insucesso.

Os dados estatísticos a seguir comprovam a inoperância de políticas públicas de apoio à sobrevivência de micro e pequenas empresas no Estado de São Paulo, no período compreendido entre 1999 e 2003.

Segundo Bedê (2005, p. 16), “Os resultados da pesquisa permitem concluir que 29% das empresas não chegam a concluir o primeiro ano de atividade, 42% não atingem o final do segundo ano, 53% encerram suas atividades antes do fim do terceiro ano, 56% não ultrapassam o quarto ano e que este percentual (56%) se repete no quinto ano de atividade (Figura 1)”.

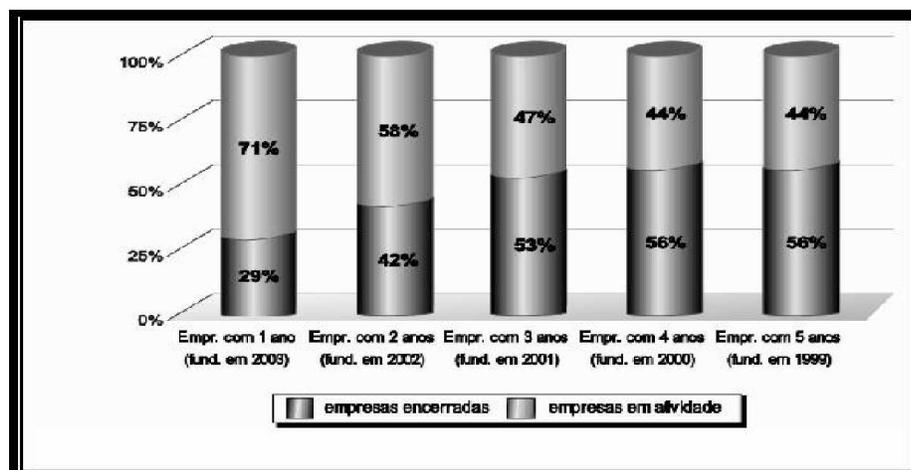


Figura 1: Mortalidade e Sobrevivência das Empresas do Estado de São Paulo

Fonte: Sebrae – SP

Assevera ainda Bedê em relação aos estudos anteriores, a evidência de possível mudança nas estatísticas com relação ao estudo apresentado pelo órgão SEBRAE-SP em 2005, delimitando que:

Em relação aos estudos realizados anteriormente, verifica-se queda da taxa de mortalidade no grupo das empresas com até cinco anos. Como consequência disso, aparentemente, começa-se a estabelecer uma tendência à estabilidade maior da taxa de mortalidade de empresas, entre as empresas do terceiro ao quinto ano de atividade. Isso reforça a percepção anterior de que a mortalidade de empresas é proporcionalmente mais forte nos três primeiros anos. Assim, uma empresa que tenha conseguido sobreviver até o terceiro ano apresenta maiores chances de sobrevivência nos anos seguintes, *viéis-a-viéis*⁴ àquelas que acabaram de ser criadas (BEDÊ, 2005, p.17).

Pode-se evidenciar com os dados citados, o sofrível patamar de mortalidade que alcançou os pequenos negócios no Estado de São Paulo.

A conscientização no empreender de um negócio deve determinar que se tenha em mente as dificuldades iniciais, os trâmites legais, bem como as arquiteturas de mercado, para que de uma forma planejada e controlada, o empreendedor pode começar a trilhar seu caminho conscientizado das obrigações pertinentes. A conscientização do empreendedorismo está em mostrar ao empreendedor candidato, o processo de conhecimento de capitalização para se ter

⁴ *Viéis-a-viéis*: Derivação no sentido figurado – caráter inerente ou básico de algo; tendência geral ou determinada por forças externas.

o negócio previsto. A pessoa deve procurar formar uma cultura empreendedora interna primeiramente, fazendo uma auto-análise, despertando em si a função de pessoa executora na transformação de conhecimento em riquezas para a sociedade e em fruto próprio.

Os eventos precipitadores deste insucesso serão melhor dimensionados neste Capítulo.

3.1.1 Características das Empresas por Setor de Atividade

Este Capítulo apresenta um perfil das empresas participantes do estudo, abertas entre 1999 e 2003. Segundo Bedê (2005, p.17) “Nesse período, em média, o número de novas firmas individuais e sociedades limitadas registradas na JUCESP foi da ordem de 127 mil ao ano. Em termos setoriais, verifica-se que 62% eram empresas comerciais, 28% empresas de serviços, 10% empresas industriais e 0,4% empresas agropecuárias”, evidenciados pela Figura 2⁵.

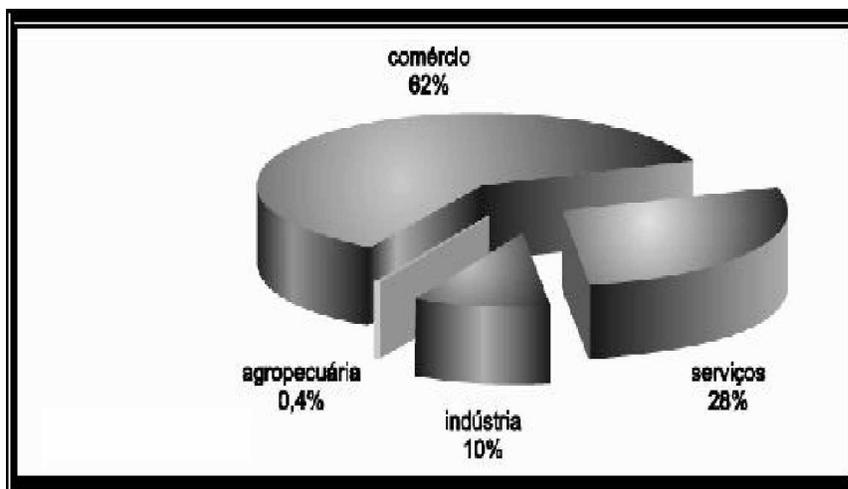


Figura 2: Empresas Registradas na JUCESP entre 1999 e 2003 por Setor de Atividade.
Fonte: Sebrae - SP

⁵ As empresas de serviços e da agropecuária tendem a estar sub-representadas pelos registros da JUCESP. Muitas empresas de serviços são registradas apenas como sociedades civis nos Cartórios de Registros de Títulos e Documentos das Pessoas Jurídicas. Os produtores rurais, mesmo exercendo atividades agropecuárias com fins comerciais, não são obrigados a registrar-se na JUCESP, bastando o registro na Secretaria Estadual da Fazenda.

Os principais segmentos de atividade a que pertencem às empresas abertas, no período 1999/2003, são voltados ao atendimento das necessidades básicas da população, tais como alimentação, vestuário e habitação.

Evidenciados ainda pela pesquisa Sebrae, Bedê (2005) demonstra em relação aos diversos setores em que predominam os negócios, diferenciais mercadológicos, asseverados a seguir:

[...] que no setor de comércio sobressaem os comércios varejistas do vestuário, de material de construção e material de escritório (inclusive de informática). No setor de serviços, a maior incidência é no segmento de alojamento e alimentação (que engloba bares, restaurantes, lanchonetes, hotéis e pensões) e os serviços de assessoria às empresas (ex. contadores, consultoria empresarial, serviços de engenharia e arquitetura). Já no setor industrial, a maior proporção de novos negócios encontra-se na construção civil (com destaque para o segmento de edificações e os serviços auxiliares da construção), na indústria de confecções e na de edição e gráfica” (BEDÊ, 2005, p.18).

3.1.2 Fatores que Incentivaram a Abertura da Empresa

Segundo Bedê (2005, p.22) entre os motivos que levaram à abertura da empresa, cerca de 33% cita como principal motivo o fato de ter identificado uma oportunidade, 30% respondeu que desejava abrir o próprio negócio, 14% desejava melhorar de vida (aumentar a sua renda pessoal), 11% alegaram a exigência de clientes em se ter CNPJ para negociação, 9% citaram o desemprego e 3% responderam outros motivos (Figura 3). Posteriormente, foi solicitado aos entrevistados que classificassem suas respostas entre duas opções: “abriu por oportunidade” ou “abriu por necessidade”. Como resultado, em média, 57% dos entrevistados se classificou como “oportunidade” e 43% como “necessidade”, sem que esse resultado tenha apresentado mudanças expressivas ao longo dos anos analisados⁶.

⁶ A versão brasileira da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) chega a resultados similares, não obstante as diferenças de público-alvo e metodologia. Segundo a versão da pesquisa GEM de 2004, 46% dos negócios formais e informais iniciados nos 3,5 anos que antecederam a pesquisa foram motivados por necessidade.

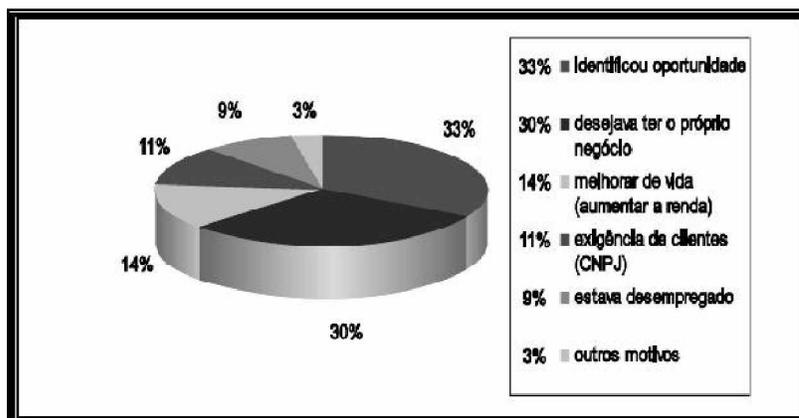


Figura 3: Principal Motivo que Levou o Empresário a Abrir sua Empresa

Fonte Sebrae – SP

Observa-se ainda, que a parcela dos empreendedores que se classificaram como tendo aberto seu negócio “por necessidade” é composta por indivíduos que se enquadraram nas seis categorias de motivos para abertura da Figura 3. Assim, parte dos que citou como principal motivo “identificou uma oportunidade” ou “desejava ter o próprio negócio” também podem se considerar como um empreendedor “por necessidade”. Posto de outra forma, ter o próprio negócio ou partir em busca de uma oportunidade também pode ser visto como uma necessidade.

Muitas vezes, pessoas motivadas pela ambição de ter dinheiro, condições para adquirir bens valiosos, busca por moradias, melhores condições para si e para entes mais próximos, acabam virando, por consequência do acaso, pessoas empreendedoras. O paradigma de subordinação as deixa apavoradas, fortalecendo o “time” das pessoas que não gostam de ser “mandadas”. Outras buscam abrir seu próprio negócio por motivos que fogem a sua vontade, pois levados por situações opressoras, vêm-se obrigadas a empreender. Podem-se citar situações que se encaixam neste tipo: empregados que saíram de empresas e com o volume financeiro significativo recebido de anos como empregado, resolve abrir seu negócio próprio. Existem até mesmo aqueles que deixam seu emprego pela opção de melhores rendimentos em um negócio próprio, vislumbrando neste, a grande possibilidade de crescimento financeiro e uma melhor forma de vida.

Ainda neste aspecto, há pessoas que herdaram algum tipo de negócio em família e, sem a menor pretensão e habilidades, tornaram-se empreendedoras, apesar de não ter iniciado a empreitada.

3.1.3 Principais Fontes de Recursos Utilizadas

Antes da abertura da empresa, a maioria dos empresários desconhecia informações de grande importância sobre seu negócio. No período anterior à abertura, cerca de 58% não conheciam e não levantaram informações sobre a qualificação necessária da mão-de-obra, 53% desconheciam o número de clientes que teria e seus hábitos de consumo, 49% não tinham o conhecimento sobre o número de concorrentes que sua empresa teria que enfrentar, 47% ignorava qual seria a melhor localização para o negócio, 42% não levantaram informações sobre os aspectos legais, 38% não conheciam quem seriam seus fornecedores ou como eles trabalhavam em termos de preços e prazos de pagamento, e 36% não sabia qual seria o valor do investimento e os custos envolvidos para abrir e manter seu negócio (Figura 4).

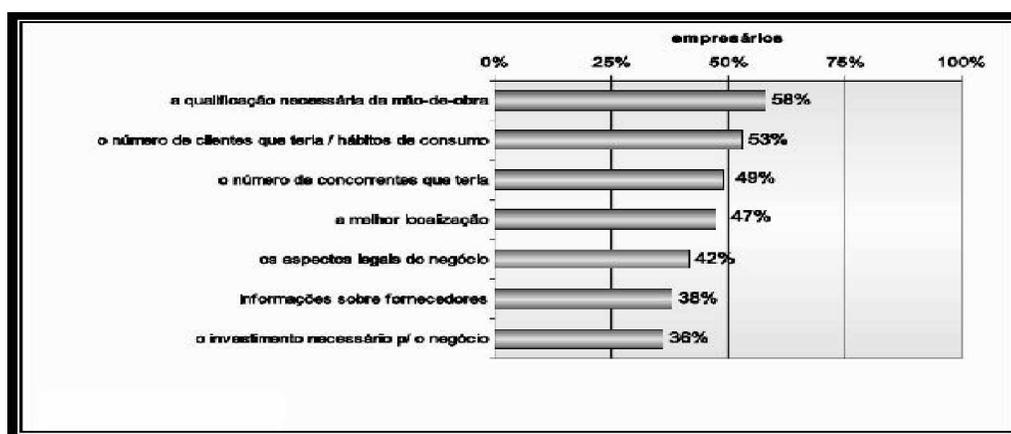


Figura 4: Falta de Planejamento: Empresários que não Levantaram Informações Antes da Abertura do negócio. Fonte: Sebrae – SP

Isso mostra que, nos últimos cinco anos, entre os empreendedores que registraram sua empresa na JUCESP, a falta de planejamento antes da abertura era bastante expressiva.

Se por um lado é reduzido o número de empreendedores que realiza algum planejamento antes da abertura, entre os que realizam algum tipo de planejamento, a qualidade deste nem sempre é muito boa.

Não obstante, entre as fontes de recursos mais utilizadas para a concretização do negócio, 92% citaram ter feito uso de recursos próprios (poupança pessoal ou de familiares), 18% negociaram prazos com fornecedores, 11% obtiveram empréstimos em bancos, 8% utilizaram cartão de crédito ou cheque pré-datado, 6% recorreram a empréstimos com amigos e 2% utilizaram outras fontes de recursos (figura 5).

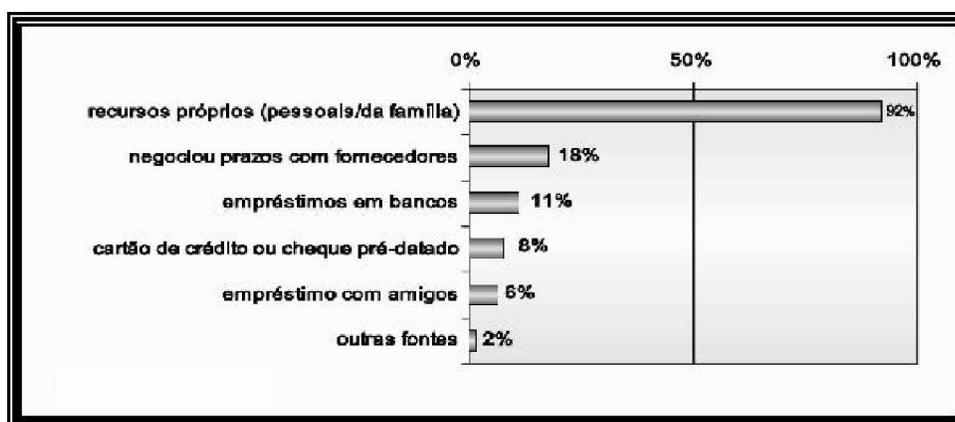


Figura 5: Principais Fontes de Recursos Utilizadas para Iniciar a Empresa.

Fonte: Sebrae - SP

3.2 Perfil dos Empreendedores Pesquisados

Com respeito às características dos donos, verifica-se uma proporção maior do gênero masculino, entre as sobreviventes (Quadro 1). Aparentemente, isso está associado a um maior comprometimento das mulheres com as responsabilidades familiares e possivelmente à disponibilidade de um menor número de horas de dedicação à empresa. Em trabalhos anteriores, por exemplo, verificamos casos de empreendedoras que deixaram seu negócio por motivo de gravidez.

A maior escolaridade também parece contribuir para aumentar as chances de sobrevivência do negócio. No grupo das empresas em atividade, 73% possuíam

segundo grau ou mais, enquanto nas encerradas, 63% dos empreendedores se encontram nessa faixa de escolaridade (Quadro 1).

Características dos donos	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Gênero	57% masculino	66% masculino
Escolaridade	63% tem 2º grau ou +	73% tem 2º grau ou +
Estava desempregado antes de abrir	33% sim	21% sim
Experiência/conhecimento anterior (1)	60% sim	69% sim
Buscou apoio profissional (2)	26% sim	32% sim
Foi a reuniões coordenadas por entidades	7% sim	13% sim
Fez ações em conjunto com outras empresas	2% sim	3% sim

Fonte: SEBRAE-SP
 Notas: (1) principalmente como empregado ou autônomo no mesmo ramo.
 (2) "...para resolver problemas relevantes da empresa", em pelo menos uma das seguintes entidades: SEBRAE/SENAI/SENAC, entidades de classe, associações empresariais ou empresas de consultoria.

Quadro 1: Características dos Proprietários das Empresas Abertas na JUCESP

Fonte: Sebrae – SP

No grupo das empresas encerradas, 33% dos donos encontravam-se desempregados antes da abertura do negócio. Esse percentual cai para 21% no grupo das empresas sobreviventes (Quadro 1). A situação de desemprego pode levar a decisões precipitadas e a falhas no planejamento do negócio. O desemprego, muitas vezes está associado a uma situação de desespero, a necessidade de gerar rapidamente um meio de sobrevivência e pode levar muitos candidatos a empreendedores a abrir um negócio sem os devidos cuidados.

A experiência anterior é mais elevada entre os donos das empresas em atividade do que entre as que encerraram suas atividades. O mesmo ocorre com a busca por apoio profissional de entidades como as pertencentes ao Sistema "S" (SEBRAE, SENAI e SENAC), entidades de classe, associações de empresas e mesmo empresas de consultoria para ajudar a resolver os principais problemas enfrentados pela empresa (Quadro 1).

Adicionalmente, a pró-atividade também foi maior no grupo das sobreviventes, na medida em que 13% foram a reuniões organizadas por entidades (contra 7% nas encerradas) e 3% realizou ações em conjunto com outras empresas, contra 2% nas encerradas (Quadro 1).

Em relação ao planejamento antes da abertura, verifica-se que o tempo médio desta atividade é quase 40% maior nas empresas que sobrevivem do que nas encerradas. Enquanto nas empresas em atividade levou-se 7,4 meses, em média, no processo de planejamento, no grupo das empresas encerradas, esse período cai para uma média de 5,3 meses.

Sete itens que são essenciais no planejamento prévio foram avaliados nessa pesquisa. Trata-se dos mesmos itens citados na Figura 4. Para esses itens, em média, 55% das empresas em atividade buscaram informações ou já conheciam. No grupo das empresas encerradas, essa proporção cai para 53%. Em termos percentuais esses resultados são equivalentes devido à margem de erro da pesquisa e mostram que a falta do planejamento prévio é um problema que atinge os dois grupos de empresas, ou seja, quase metade dos empreendedores dos dois grupos de empresas não faz planejamento antes da abertura. Não obstante isso, o fato do grupo dos sobreviventes terem despendido mais tempo no planejamento prévio (dois meses a mais), pode ser uma indicação de que a qualidade do planejamento deste grupo de empresas foi superior. Em outras palavras, abrir a empresa com maior planejamento prévio e não no afogadilho parece ampliar as chances de sobrevivência do negócio.

3.2.1 Ocupação Anterior dos Empreendedores

Em termos de ocupação anterior, na média do período de 1999 a 2003, verifica-se que 30% das pessoas que abriram sua empresa nesse período encontravam-se ocupadas como empregados em empresas privadas (Quadro 2). Trata-se de indivíduos que optaram por deixar seu emprego com o intuito de abrir seu próprio negócio.

OCUPAÇÕES	1999	2000	2001	2002	2003	Média 1999/2003
Empregado (empresa privada)	28%	33%	28%	29%	30%	30%
Desempregado	27%	26%	21%	26%	26%	25%
Autônomo	19%	19%	23%	20%	21%	20%
Proprietário (outra empresa)	11%	13%	14%	14%	11%	13%
Dona de casa	6%	3%	5%	4%	4%	4%
Estudante	3%	1%	1%	2%	3%	2%
Funcionário público	3%	2%	3%	2%	2%	2%
Outros (*)	3%	2%	5%	3%	3%	3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(*) Entende-se por outros o predomínio dos aposentados.

Quadro 2: Ocupação Anterior das Pessoas que Abriram seu Negócio na JUCESP

Fonte: Sebrae – SP

O segundo tipo de ocupação mais citado foi o desempregado, com 25% das respostas. Trata-se de um tipo de empreendedor que, em geral, encontra na abertura de um negócio uma alternativa para gerar sua própria ocupação, diante das dificuldades de encontrar uma posição no mercado de trabalho.

Para captar de forma mais fidedigna a proporção destes no total de novos empreendedores, a pergunta sobre ocupação anterior foi dividida em dois estágios. Em um primeiro momento foi perguntado se a pessoa, antes de abrir, encontrava-se “sem ocupação e/ou procurando um emprego” (aqui classificada como desempregado). Somente depois, procurou-se identificar a ocupação efetiva dos que responderam que não estavam nessa situação de desempregado.

O terceiro tipo de ocupação mais citado foi o autônomo, com 20% das respostas. Trata-se daqueles indivíduos que, em geral, trabalham como pessoas físicas prestadoras de serviços, e que registram uma empresa para passar a atuar como pessoas jurídicas formalmente constituídas. Há grande heterogeneidade nesse grupo de pessoas, abrangendo de profissionais liberais de alta qualificação a empreendedores informais.

Entre as demais ocupações prévias citadas, pela ordem, aparecem: 13% de proprietários de outras empresas, 4% de donas de casa, 2% de estudantes, 2% de

funcionários públicos e 3% de outros tipos de ocupações. Esta última categoria é composta, principalmente, por aposentados.

Pela observação dos dados do Quadro 2, há certa estabilidade nos percentuais encontrados nas ocupações antes da abertura, exceto nas categorias “desempregados” e “outros”. No caso da participação dos “desempregados” estes têm uma participação menor nos anos de melhor desempenho da economia. Ao longo do ano 2000 e no primeiro trimestre de 2001, ocorreu a maior taxa de crescimento da economia brasileira, no período aqui estudado. Nesse período a proporção dos desempregados caiu de 26% para 21% entre os novos empreendedores. Por sua vez, a partir do segundo trimestre de 2001, a economia brasileira apresentou certa desaceleração no seu crescimento, levando a um aumento da participação dos desempregados no total de novos empreendedores (voltou para um nível de 26%).

O inverso aconteceu com a categoria “outros”, onde predominam os aposentados. Nesse caso, a proporção desse grupo apresentou crescimento no momento em que há maior crescimento da economia brasileira, por exemplo, chegando a 5% dos empreendedores, em 2001, voltando a níveis menores nos anos mais fracos da economia, por exemplo, 3% em 2003.

3.2.2 Faixa Etária dos Empreendedores Paulistas

Segundo BEDÊ (2005, p.19) “por faixa etária, verifica-se uma proporção crescente de empreendedores mais jovens, no total de novos empreendedores (Figura 3). Assim, no momento em que as empresas foram abertas, a proporção dos empreendedores com até 24 anos subiu de 13% em 1999 para 17% em 2003. As faixas de 25 a 39 anos e de 40 a 49 anos apresentam estabilidade em termos de proporções, sem uma tendência definida. No outro extremo, a faixa etária de 50 anos ou mais, que chegou a 14% em 1999, passa para 9% em 2003. Assim, aparentemente há uma tendência à redução de idade dos novos empreendedores. Enquanto a média de idade dos que abriram sua empresa no período de 1999 a 2003 foi de 37 anos, particularmente no último ano (2003), a média de idade chegou á 35 anos”.

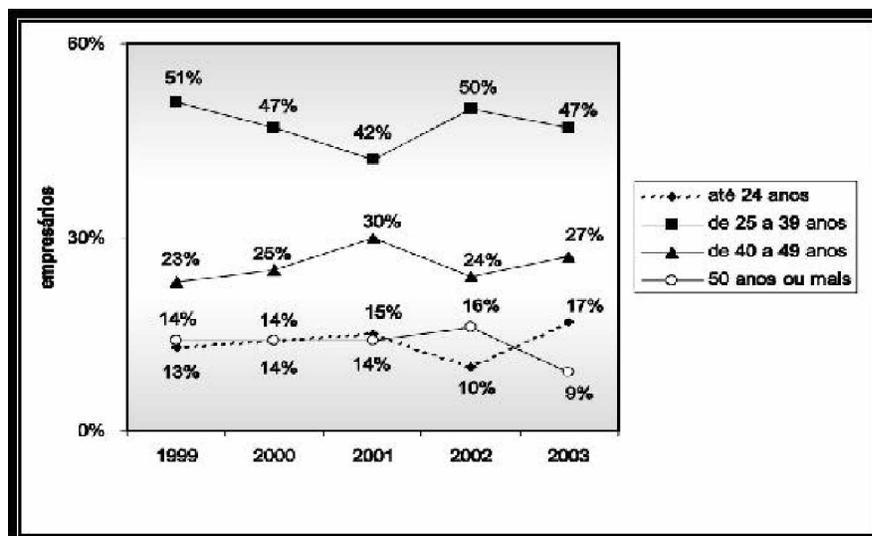


Figura 6: Faixa Etária das Pessoas que Iniciaram sua Empresa na JUCESP
 Fonte: Sebrae – SP

4 Eventos Precipitadores do Insucesso das MPEs

***O único homem que nunca comete erros
é aquele que nunca faz coisa alguma.
Não tenha medo de errar,
pois você aprenderá a não cometer
duas vezes o mesmo erro.
ROOSEVELT***

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. A palavra empreendedora, de emprego amplo, é utilizada para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc. “[...] Na era em que o conhecimento se torna o principal fator de produção, quebrando paradigmas e sucedendo a terra, máquinas e capital financeiro, nada mais natural do que chamar de empreendedor quem o gera”. (DOLABELA, 1999, p.43).

Evidencia-se devido à sua formação variada, que os empreendedores exibem grande variação em seus estilos de fazer negócios. Eles analisam problemas e abordam a tomada de decisão de formas diferentes. Norman R. Smith⁷ sugeriu dois padrões básicos de empreendedores: os artesãos e oportunistas.

A formação educacional do empreendedor artesão limita-se ao treinamento técnico. Tais empreendedores têm experiência técnica no trabalho, mas não dispõem de capacidade para se comunicar bem (NORMAN, R. Smith, 1967 apud LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p.19).

Denota-se que o empreendedor “Artesão” tem sua abordagem à tomada de decisão de negócios caracterizada pelos seguintes aspectos: São normalmente paternalistas, pois dirigem seus negócios da mesma forma como dirigiriam suas próprias famílias; relutam em delegar autoridade; usam uma ou duas fontes de

⁷ Norman R. Smith, The Entrepreneur and his Form: the relationship between type of man and type of company (East Lansing: Bureau of Business and Economic Research, Michigan State University, 1967).

capital para iniciar suas empresas, geralmente capital próprio e de familiares; definem a estratégia de marketing em termos de preço tradicional, da qualidade e da reputação da empresa; seus esforços de vendas são basicamente pessoais; sua orientação de tempo é de curto prazo, com pouco planejamento para o futuro crescimento ou mudança.

Diferentemente, segundo (PEREIRA; SANTOS, 1995, p.45), o empreendedor oportunista “[...] é fruto da relação constante entre os talentos e características que herdou e os vários meios que freqüentou durante a vida”:

O empreendedor oportunista é aquele que tem educação técnica suplementada por estudos de assuntos não técnicos como Economia, Leis ou Línguas. Os empreendedores oportunistas evitam o paternalismo, delegam a autoridade necessária para o crescimento, empregam estratégias de marketing e tipos de esforços de vendas variados, obtêm a capitalização original de mais de duas fontes e planejam o crescimento futuro (NORMAN R. Smith apud LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p.20).

Visualizam-se então, dois extremos de abordagem gerencial. Em um extremo, encontramos um empreendedor **artesão** que administra seu negócio dando “asas à sua imaginação” e no outro, encontramos o empreendedor **oportunista** que usa procedimentos gerenciais sistemáticos e se aproxima de uma abordagem administrativa científica. Na prática, evidencia-se que a sugestão mais aceitável é seguir em direção ao extremo oportunista e afastar-se do extremo artesão.

No quadro 3, também aferido por pesquisas do Sebrae-SP, Bedê (2005, p.29) vem denotar os estudos referenciados neste Capítulo.

Planejamento e gestão	Empresas Encerradas	Empresas em atividade
Planejamento antes de abrir (média)	5,3 meses	7,4 meses
Índice médio de itens planejados (1)	53% (média de 7 itens)	55% (média de 7 itens)
Sempre aperfeiçoou produtos	73% sim	85% sim
Sempre acompanhou receitas/despesas	67% sim	74% sim
Sempre fez propaganda/divulgação	21% sim	24% sim
Concorre(u) com grandes empresas	43% sim	51% sim

Notas: (1) média de 7 itens de planejamento (qualificação da mão-de-obra, número de clientes e hábitos de consumo, número de concorrentes, localização, aspectos legais do negócio, condições dos fornecedores e valor do investimento).

Quadro 3: Características do Planejamento e da Gestão das Empresas Abertas na JUCESP

Fonte: Sebrae - SP

No grupo das empresas em atividade, a gestão empresarial parece ter sido superior. Cerca de 85% das sobreviventes sempre aperfeiçoou seus produtos e serviços a partir da observação das necessidades dos clientes, enquanto nas encerradas esse percentual cai para 73%. Entre as sobreviventes, 74% sempre acompanharam a evolução das receitas e despesas do negócio, garantindo com isso um melhor monitoramento do fluxo de caixa, enquanto nas encerradas o percentual foi de 67%. O investimento em propaganda e divulgação (ex. mala direta e brindes) é uma prática muito freqüente em 24% das sobreviventes, ao passo que só aparece em 21% das encerradas (quadro 3).

4.1 Ausência de Perfil Empreendedor

No Brasil, pode-se dizer que o empreendedorismo está apenas começando, mas os resultados já alcançados no ensino indicam o início de uma revolução silenciosa. O primeiro curso na área surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen. A atividade empreendedora ainda não é percebida pela sociedade de forma inteiramente positiva. Pelo contrário: para o senso comum, o empresário brasileiro é alguém que enriquece às custas da proteção governamental, da exploração de trabalhadores ou de atitudes ilícitas. A cultura associa o termo empresário a alguém que trapaceia. Há a crença de que o mercado é um lugar sujo, onde, para sobreviver, a pessoa se torna desumana, utilizando-se de qualquer artifício para atingir o sucesso.

Como conseqüência dessa imagem negativa, o interesse e a inserção no campo do empreendedorismo ainda são pequenos. Provavelmente, pequeno demais para criar uma massa crítica favorável a uma “cultura do empreendedorismo”, que por si só, melhoraria as condições empreendedoras potenciais. Por outro lado, o Brasil, mesmo contando com várias instituições que desenvolvem importantes ações neste sentido, ainda extrai baixo índice de sinergia da relação universidade-empresa. “[...] Distanciados, universidade e empresa não conseguiram criar um

*modus vivendi*⁸ capaz de dar origem a parques científico-tecnológicos e a ecossistemas auto-sustentados em quantidade e qualidade suficientes” (DOLABELA, 1999, p.103).

Com poucos canais de comunicação que possam provocar resultados importantes para o desenvolvimento econômico, Universidade e Empresa **correm os riscos de cristalizar as visões tradicionais e os preconceitos** que supostamente as justificam. A urgência do empreendedorismo no Brasil decorre, entre outros fatores comuns a todos os países, da contingência da abertura abrupta do mercado nacional para o mundo globalizado, **fazendo com que as empresas nacionais que operavam em mercado protegido**, passassem a competir internacionalmente sem preparação prévia e sem tradição na área tecnológica.

O custo de ser empreendedor e a sua importância na formação do país é muito alto. Porém “[...] quando sabemos quais são nossos pontos fortes e fracos, podemos, no mínimo, fortalecer os primeiros e aprimorar os já desenvolvidos”. (PEREIRA; SANTOS, 1995, p.44). Não é de surpreender que, diante do quadro institucional do Brasil, os nossos sistemas de suporte ainda atuem de forma bastante tímida. Com exceção dos órgãos voltados para o apoio as PMEs, as demais forças da sociedade raramente têm participado na medida das necessidades. É extremamente desfavorável e gritante a falta de políticas públicas as PMES, aliadas à quase inexistência de linhas eficazes de financiamento e a alta carga tributária, em um país onde os recursos são escassos, a renda é fortuitamente mal distribuída, as disparidades regionais são abissais, e a taxa de geração de empregos é incapaz de absorver a mão-de-obra emergente. Porém, alguns sinalizadores propostos pela Lei Geral sancionada em dezembro de 2006 e que irão vigorar a partir de julho de 2007, dão conta de um aumento significativo nas políticas de auxílio e diminuição na carga de impostos incidentes as MPES.

⁸ Modus vivendi: termo em Latim que faz referência ao provável modo de se viver, isto é, adoção de um modelo de vida estabelecido.

4.1.1 Necessidade de Realizar

Ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática, idéias próprias, características de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de encontrar. “[...] Não há nada mais inútil do que fazer com grande eficiência algo que nunca deveria ser feito” (DRUCKER, 1987, p.128). Pesquisas bibliográficas salientam que as pessoas podem ser divididas em dois grandes grupos: uma minoria que, quando desafiada por uma oportunidade, está disposta a trabalhar arduamente para conseguir algo; e uma maioria que, na realidade, não se importa tanto assim. As pessoas que têm necessidade de realizar se destacam porque, independente de suas atividades, fazem com que as coisas aconteçam. A importância da capacidade de lançar mão de uma nova cultura em desenvolver a necessidade de criar e capacitar empreendedores em uma correlação empreendedores / empresa é salientada pelos autores Veloso e Trevisan que afirmam:

O empreendedorismo interno pode ser uma estratégia inovadora para assegurar maior competitividade e crescimento qualitativo, com contínua adaptação. A empresa produz o empreendedor que produz a empresa, numa analogia da recursividade típica dos sistemas complexos (VELOSO; TREVISAN, 2005, p.29).

Bernard Shaw descreve o inconformismo com “**status quo**” daqueles que têm grande necessidade de realizar. De acordo com ele, “[...] **o homem racional adapta-se ao mundo**, irracional tenta adaptar o mundo a si. Portanto, **todo progresso depende do homem irracional**” (BERNARD SHAW apud PEREIRA; SANTOS, 1995, p.11, grifo nosso).

4.1.2 Custo de Ser Empreendedor

Ser empreendedor também tem um custo que muitos não estão dispostos a pagar. Não é só ganhar dinheiro, ser independente ou realizar algo. É preciso esquecer, por exemplo, uma semana de trabalho de apenas 40 horas, de segunda a

sexta, e com duas horas de almoço. Normalmente, o empreendedor, mesmo que bem sucedido, trabalha de 12 a 16 horas por dia, não raro sete dias por semana. Em função de seus objetivos, trabalha arduamente, valorizando seu tempo disponível.

O empreendedor, normalmente, sacrifica muitos aspectos de sua vida, principalmente o lazer e a família, em função do investimento em indispensáveis horas de trabalho. Sobretudo, a ênfase na realização da vontade própria é um aspecto importante para o sucesso em quase todas as profissões. Mas, o excesso dela, sem o complemento da afetividade nas relações humanas, leva a busca desenfreada do poder. Entretanto, este extremo, apesar de existir em um certo número de empreendedores de sucesso, não é regra geral. Mesmo facilitando de certa maneira a chegada ao topo, a ênfase na vontade impede o sucesso, a felicidade e a harmonia nas relações interpessoais, profissionais, sociais e familiares. Muitas vezes leva à falta de direção e ao fracasso total, porque a direção da vontade é influenciada pelas emoções e elas variam conforme as circunstâncias da vida, levando a desfazer o que á pouco tempo queria-se realizar.

Somos “um produto” em constante estado de aperfeiçoamento. Se hoje somos o que somos, amanhã seremos o que quisermos ser. Algumas características nossas não podem ser radicalmente alteradas, mas poderão variar em grau de desenvolvimento, em qualidade, em importância e no espaço que ocupam nossas vidas (PEREIRA; SANTOS, 1995, p.43).

O empreendedor bem sucedido é uma pessoa como qualquer outra, cujas características de personalidade e talentos preenchem um padrão determinado, levando-o a agir de tal forma e alcançar o sucesso, realizando seus sonhos e alcançando seus objetivos, “[...] Ele é portanto, uma pessoa que busca realização e é auto-orientado para atingir metas próprias”. (PEREIRA; SANTOS, 1995, p.47).

4.1.3 Disposição para Assumir Riscos

Nem todas as pessoas têm a mesma disposição para assumir riscos. Muitos precisam de uma vida regrada, horários certos, salário garantido no final do mês e assim por diante. Esse tipo de pessoa, não foi feito para empreender. O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua

capacidade de conviver e sobreviver a eles. Os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a administrá-los. O empreendedor não é mal sucedido nos seus negócios porque sofre revezes, mas porque não sabe suplantá-los. Segundo Veloso e Trevisan (2005, p.55-56), “[...] pela capitalização da capacidade empreendedora dos profissionais pertencentes aos quadros da organização, podem-se adotar estratégias de mercado mais competitivas e eficazes, assegurando a sobrevivência no longo prazo”.

O risco financeiro pode ser limitado a uma quantia predeterminada, suportável pelo empreendedor, não só pelo planejamento, mas também pela divisão desses riscos com sócios, fornecedores e clientes. Já o risco profissional, é quase inexistente, porque uma experiência empreendedora, mesmo que mal-sucedida, normalmente enriquece o curriculum vitae e ajuda a encontrar novos horizontes.

A importância do fator “risco financeiro” pode ser contemplada na pesquisa SEBRAE-SP demonstrada nas Figuras 7 e 8. Segundo Bedê (2005, p.39), pode-se avaliar que o encerramento das atividades das empresas repercutiu negativamente na vida do empresário por meio de questões referentes a perdas financeiras pessoais com o fechamento. De fato, verificou-se que 80% dos que encerraram o seu negócio perderam parte ou todo o recurso investido e apenas 20% recuperaram tudo que investiram (Figura 7). Adicionalmente, no momento em que fecharam sua empresa apenas 5% melhoraram sua situação financeira, enquanto 55% pioraram de situação e 40% permaneceram na mesma situação (Figura 8). Entre aqueles que perderam recursos ao fechar a empresa, a perda média foi de R\$ 28 mil. Não obstante isso, metade das empresas que incorreu em perda, tiveram prejuízos de até R\$10 mil.

Além das perdas financeiras, nos depoimentos levantados durante a pesquisa, verificou-se que na maioria dos empreendedores que fecharam seu negócio predominam sentimentos de frustração e perda (39%) e tristeza e mágoa (22%). Apenas 13% dos entrevistados não sentiram nada com respeito a fechar o negócio e 8% relataram “alívio” e tranquilidade.

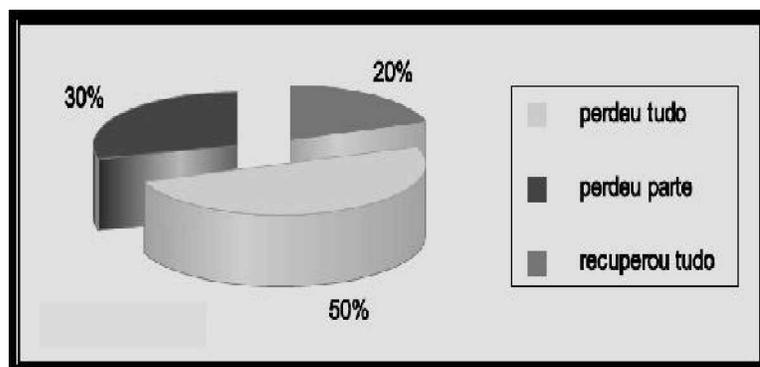


Figura 7: Destino dos Recursos que Investiu (Apenas Empresas Encerradas).

Fonte: Sebrae - SP

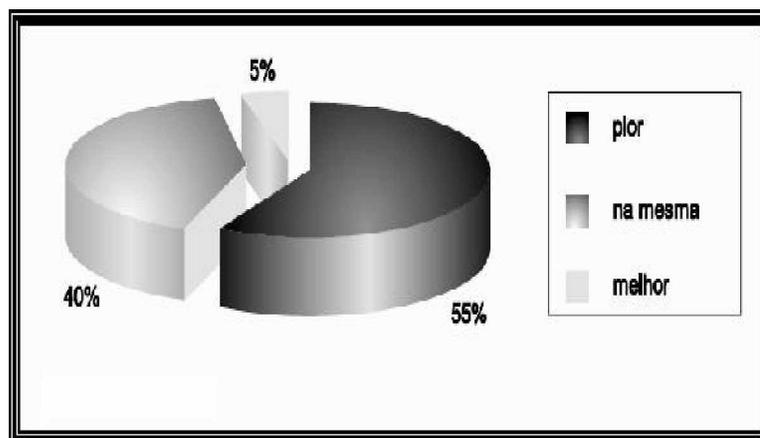


Figura 8: Situação Financeira do Empresário quando Fechou a Empresa (Empresas Encerradas).

Fonte: Sebrae - SP

4.1.4 Predisposição para Identificar Oportunidades

A identificação de oportunidades é fundamental para quem deseja tornar-se empreendedor. Consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar novas oportunidades de negócios. Constantemente, as pessoas são expostas a inúmeros tipos de empreendimentos, mas a grande maioria vê somente “os anúncios e fachadas” que os relacionam. Só os verdadeiros empreendedores identificam as verdadeiras oportunidades ocultas nestes anúncios e fachadas, observando atentamente as chances de sucesso, avaliando lentamente, degrau por degrau, os

fatores necessários dos mais diversos empreendimentos. Característica pertinente a seu perfil, leva-os mais longe que simplesmente identificar e avaliar os negócios, os faz prever sobre seu sucesso e retornar periodicamente para constatação dessa previsão.

Entre os motivos que levaram à abertura da empresa, segundo pesquisa SEBRAE-SP, destacada na Figura 3, Bedê (2005, p.22) cita que “somente 33% cita como principal motivo o fato de ter identificado uma oportunidade, destacando a importância desse fator no perfil do empreendedor”.

4.1.5 Criatividade

Uma idéia em si é inerte e não tem valor em termos práticos e não passa de um instrumento na mão de um empreendedor. “[...] Da mesma forma que um pincel pode gerar uma obra-prima ou uma medíocre, dependendo das mãos que o utilizam, uma idéia depende de um bom empreendedor para se transformar em um negócio de sucesso” (J.A. TIMONNS apud DOLABELLA, 1999, p.91).

O futuro empreendedor aprende a observar e avaliar os negócios e através da criatividade começa a associar as observações aos mais diversos tipos e formas de empreendimentos, podendo transformar uma simples oportunidade em um grande sucesso empresarial. Apesar da impossibilidade de discutir criatividade, sua origem é de fácil explicação. É decorrente da observação de tendências e deficiências, da associação de idéias, sucessos e fracassos de empreendimentos observados, onde:

Todos os dias são iniciadas milhares de empresas. Poucas têm chance de sucesso. A grande maioria não vai passar da mediocridade, e algumas vão fracassar. A diferença entre os empreendedores de sucesso e os medíocres ou fracassados é justamente a criatividade do empreendedor. A diferenciação que ele vai conseguir em relação aos seus concorrentes, para atrair mais consumidores a pagar mais, é fruto direto da sua criatividade, desenvolvida pela observação incansável (DEGEN, 1989, p.21).

O empreendedor bem sucedido é capaz de administrar suas necessidades e frustrações, postergando muitas vezes a satisfação pessoal para um ganho de qualidade de vida, em abertura de novas possibilidades de realização, em expansão

de seus negócios e metas. É capaz de manter-se auto motivado buscando com intensidade a realização de suas metas, mesmo em situações frustrantes e de fracasso momentâneo. “[...] para tanto, é necessário saber lidar com a agressividade e ser criativo, abrindo novas possibilidades quando as inexistentes forem inacessíveis”. (PEREIRA; SANTOS, 1995, p. 48).

O desenvolvimento da criatividade permite que o empreendedor passe da rigidez da certeza para o risco da possibilidade, construindo um comportamento e um pensamento mais flexíveis, com maior capacidade de assumir riscos calculados, e de alterar percursos ou maneiras de fazer, que se tornaram ineficientes ou ineficazes. Sobretudo, a capacidade de prospecção – função da criatividade – é fundamental, pois possibilita vislumbrar o futuro, a tendência de desenvolvimento do mercado ou de suas dificuldades e novas oportunidades. Com a imaginação ativa, o empreendedor pode criar e experimentar, mentalmente, diversas soluções e situações não experimentadas na realidade.

A pessoa empreendedora criativa tem, algumas vezes, dificuldade de confiar na capacidade de outros e de delegar responsabilidades aos membros de sua equipe. Entretanto, o empreendedor deve ser capaz de evitar trazer toda a responsabilidade de qualquer trabalho para si, sobrecarregando-se de coisas pequenas, não tendo tempo e disponibilidade para o que é realmente necessário. Se não se sentir capaz de treinar e desenvolver sua equipe, deve delegar esta tarefa a outra pessoa, evitando problemas interpessoais. Faz parte, também, a busca constante pela excelência na qualidade de seus produtos ou serviço, da economia de tempo e recursos e do envolvimento e desenvolvimento de sua equipe de trabalho, onde “[...] a busca constante da excelência traz o sucesso e o faz perdurar” (PEREIRA; SANTOS, 1995, p.50).

4.2 Ausência de Planejamento Inicial na Abertura das MPES

O planejamento inicial do negócio descreve a idéia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios propostos para os cinco primeiros anos. Seu preparo permite a análise da proposta, ajudam a evitar a trajetória decadente que leva do entusiasmo á

desilusão e o fracasso nos primeiros anos de atividade do negócio. Sem a preparação adequada, tende a ser um insucesso ou uma casualidade. Isso ocorre principalmente em um processo complexo que, embora inicialmente seja um processo mental, deve ir além do âmbito do pensamento. Pensar em um negócio proposto torna-se mais rigoroso à medida que idéias não refinadas devem tornar-se mais claras e quantificadas no papel.

Em resumo, o plano escrito irá evidenciar e assegurar o tratamento sistemático de todos os aspectos importantes do novo negócio. O plano sugere o modelo do que se quer para o futuro do empreendimento, ou seja, planejar enfoca as questões e atividades importantes que precisam ser examinadas para que se tornem eficazes. Entre elas destacam-se, o registro escrito sobre as estratégias de marketing, pesquisas de mercado, estudo das necessidades financeiras que exigirá a revisão das receitas e despesas, planejamento adequado do fluxo de caixa mês a mês, estabelecer às parcerias necessárias e identificar os fatores inibidores de sucesso a implantação do novo empreendimento.

Empreendedores em perspectiva tendem a negligenciar o estágio de planejamento de um novo empreendimento. Eles estão ansiosos para começar, e nem sempre percebem a importância de um plano escrito. Eles também podem não dispor de fundos suficientes nem da experiência necessária para conduzir um estudo de viabilidade adequado (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p.161).

Fator preponderante antes de iniciar um novo negócio é verificar se o futuro empreendedor dispõe de respostas positivas aos fatores inibidores à sua abertura. Trata-se de um momento decisivo que deverá ser estabelecido com todo cuidado. O futuro empreendedor decidirá as reais chances de sucesso do negócio, acautelando-se ao analisar a oportunidade, aperfeiçoando-a, obtendo respostas positivas aos conceitos a seguir detalhados.

Identificada a oportunidade de negócio e coletadas as informações necessárias, o futuro empreendedor precisa ordená-las e transformá-las em um conceito de negócio, que venha a descrever claramente “[...] a **necessidade do grupo de clientes** aos quais o futuro empreendedor pretende atender – com o seu **produto ou serviço** – que ele **sabe fazer** a um **custo** que estes clientes estão **dispostos a pagar**”. (DEGEN, 1989, p.140, grifo nosso).

Em complemento ao estudo, dados relevantes á abertura de empresas por empreendedores, evidenciados na pesquisa do SEBRAE-SP, Bedê (2005, p.32) declina que “[...] antes da abertura da empresa, a maioria dos empresários desconhecia informações de grande importância sobre seu negócio. No período anterior à abertura, cerca de 58% não conheciam e não levantaram informações sobre a qualificação necessária da mão-de-obra, 53% desconheciam o número de clientes que teria e seus hábitos de consumo, 49% não tinham o conhecimento sobre o número de concorrentes que sua empresa teria que enfrentar, 47% ignorava qual seria a melhor localização para o negócio, 42% não levantaram informações sobre os aspectos legais, 38% não conheciam quem seriam seus fornecedores ou como eles trabalhavam em termos de preços e prazos de pagamento e 36% não sabia qual o valor do investimento e os custos envolvidos para abrir e manter seu negócio (Figura 4)”. Isso mostra que, nos últimos cinco anos, entre os empreendedores que registraram sua empresa na JUCESP a falta de planejamento antes da abertura era bastante expressiva.

Salienta também, em relação ao planejamento antes da abertura que, Bedê (2005, p.29) “verifica-se que o tempo médio desta atividade é quase 40% maior nas empresas que sobrevivem do que nas encerradas. Enquanto nas empresas em atividade levou-se 7,4 meses, em média, no processo de planejamento, no grupo das empresas encerradas, esse período cai para uma média de 5,3 meses (Quadro 3)”.

Sete itens que são essenciais no planejamento prévio foram avaliados nessa pesquisa. Trata-se dos mesmos itens anteriormente citados e novamente ressaltados na Figura 4. Em outras palavras, abrir a empresa com maior planejamento prévio e não no afogadilho parece ampliar as chances de sobrevivência do negócio.

4.2.1 Conhecimento Técnico dos Produtos ou Serviços

Em se tratando de um novo empreendimento, o futuro empreendedor, ou parte de uma equipe de colaboradores do novo negócio, necessita ter o conhecimento técnico necessário para gerar seus produtos ou serviços. Na maioria

dos casos de sucesso, o futuro empreendedor domina as noções básicas, e as complementa através de experiências de sócios e colaboradores que dominam os aspectos técnicos da fabricação do produto ou serviço. Essa correlação entre capacidade empreendedora e conhecimento técnico é declinado pelos autores Veloso e Trevisan (2005) que ilustram com grandeza ao afirmar que:

Para que a empresa tenha seus trabalhadores devidamente capacitados para corresponder às novas necessidades e os novos desafios do mercado, evidencia-se claramente que o melhor investimento futuro é a criação de um programa de melhoria no perfil de escolaridade e capacitação dos funcionários, para que acompanhem o nível de sofisticação e tecnologia de produtos e equipamentos pertencentes à operacionalização da empresa (VELOSO; TREVISAN, 2005, p.54)

Os autores Veloso e Trevisan (2005, p.55-56) asseveram ainda que, deve-se criar um programa de capacitação dividido em seis grandes módulos, descritos a seguir:

- Conhecimentos básicos de informática;
- Conhecimentos específicos de produção;
- Conhecimento dos produtos da empresa;
- Técnica de gestão da qualidade e produtividade;
- Desenvolvimento comportamental como trabalhar em equipe, postura, qualidade, produtividade; e
- Formação acadêmica na região voltada a atender as necessidades da empresa.

Por sua vez, está fadado ao fracasso, o empreendedor que não dispõe, direta ou indiretamente, do conhecimento necessário para operacionalizar os seus produtos e serviços. Denota-se a importância deste fator na Figura 4, detalhada no item 3.1.3, onde 58% dos empreendimentos pesquisados não tinham conhecimento adequado sobre seus produtos e serviços.

O autor Gifford (1989) declina considerações importantes sobre este tópico, tecendo uma visão diferenciada, interpretando que:

No futuro, os produtos feitos em nações avançadas terão uma parcela menor de seu valor proveniente do trabalho operário ou de bens de capital, e maior na qualidade de pensamento e das inovações que incorporarem (GIFFORD, 1989, p.07).

Isso irá ocorrer porque a vantagem competitiva estará baseada em se fazer produtos de modo diferente e melhor, ou em se produzir bens que nenhum país de baixo custo de mão-de-obra aprendeu ainda a fazer. A medida que as informações a respeito de como fazer os produtos existentes e, de como operar seus processos forem cada vez mais bem distribuídas no Terceiro Mundo, as indústrias “velhas” e imutáveis irão migrar das nações avançadas para países que tenham mão-de-obra mais barata e matérias primas para produção. Segundo Gifford (1989, p.07), “[...] Entramos em um mundo de mudanças constantes, onde as certezas não existem e a produtividade em inovação está se tornando tão importante quanto à produtividade na produção”.

4.2.2 Ausência de Colaboradores e Parceiros

É fundamental ao futuro empreendedor possuir, pré-estabelecida, uma gama de contatos antes de iniciar o novo empreendimento. Muitos empreendedores mal sucedidos tentaram incrementar suas atividades sem auxílio e consultoria externa. Porém, muitos dos erros não teriam sido cometidos se ousassem recorrer a órgãos de apoio a micro e pequenos empresários e acessória de órgãos como: SEBRAE, SESI, FIESP, SENAI, SENAC, Incubadoras de Empresas etc.

Todo empreendimento é uma estrutura complexa e particular em que o empreendedor interage em seu micro-ambiente com clientes, fornecedores e concorrentes, sob influência das tendências econômicas, consumistas, tecnológicas, sociais e políticas do macro-ambiente que, por sua vez sofrem influências da natureza, clima, correntes migratórias etc. O fator parceria é citado como valor agregado pelos autores Kotler, Jain e Maesincee (2002), que declinam:

O verdadeiro poder dos novos modelos de negócios situa-se no reconhecimento do valor da contribuição dos parceiros. Os parceiros não só ajudam a aumentar a eficiência operacional, mas também fortalecem as capacidades de criação de valor das empresas (KOTLER; JAIN; MAESINCEE, 2002, p.37).

Mas apesar de toda essa complexidade, há padrões estruturais que determinam a dinâmica dos negócios a empreendedores que procuram incentivos e consultoria externa ao seu micro-ambiente.

Reforçando as indagações anteriores, salienta-se o estudo do SEBRAE-SP, onde Bedê (2005, p.52) assevera ao identificar a taxa de mortalidade das empresas clientes do órgão, cuja constituição ocorreu também no período compreendido entre 1999 e 2003, oriundas do cadastro de clientes da instituição. Foram consideradas como empresas clientes SEBRAE-SP, aquelas empresas com cadastro e que tenham participado de pelo menos um produto ou serviço: treinamento e cursos, consultoria, bolsa de negócios, Incubadoras de Empresas, programas setoriais, etc. Foram comparados os dados comparativos do SEBRAE-SP e das empresas cadastradas na JUCESP (Figura 9).

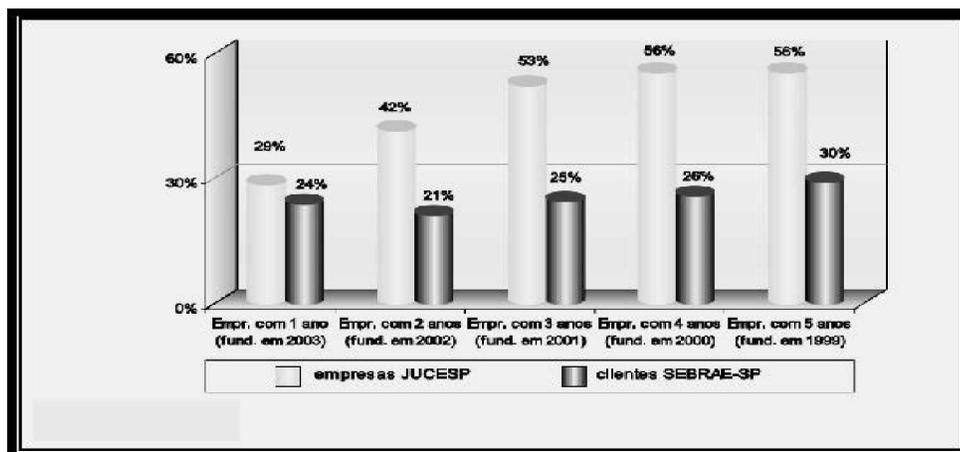


Figura 9: Comparação entre as Taxas de Mortalidade das Empresas Registradas na JUCESP e das Empresas Clientes do SEBRAE-SP. Fonte: Sebrae - SP

4.2.3 Falta de Recursos para a Viabilização do Empreendimento

Constata-se que para a identificação dos problemas mais prementes às pequenas empresas está em encontrar e manter empregados qualificados, problemas de gerenciamento, falta de planejamento prévio e possivelmente arcar com uma carga alta de impostos. Porém, a dificuldade de adquirir o financiamento necessário, não só para custear as necessidades financeiras iniciais com também eventuais sobras para controle de caixa, seria invariavelmente citada como um problema crítico. Um dos maiores problemas que as pequenas empresas enfrentam, baseando-se nas pesquisas, é dinheiro; onde conseguiu-lo, como obtê-lo e onde conseguir o suficiente quando se precisa dele.

Embora possa parecer o contrário, até mesmo em função de não divulgação, a obtenção de financiamentos pode não se caracterizar como fator intimidante. Requer análises cuidadosas dos desembolsos de caixa necessários para iniciar um novo empreendimento e onde podemos encontrar recursos financeiros que venham a cobrir essas despesas. Entretanto, as questões financeiras precisam ser tratadas ao se escrever o plano de negócios, devendo adequá-las em categorias, tais como: previsão de lucro do novo empreendimento; entender a natureza do ativo e os requisitos de financiamento para a nova empresa; estimar a quantidade e o tipo básico de ativos necessários e o financiamento exigido para o novo empreendimento; identificar e localizar fontes prováveis de financiamento; projetar provável fluxo de caixa para os primeiros meses do empreendimento.

O financiamento inicial de uma pequena empresa é freqüentemente padronizado segundo um plano financeiro pessoal típico. Um futuro empreendedor primeiro empregará suas poupanças e então solicitará à de seus familiares e de amigos. Apenas se estas fontes forem inadequadas o empreendedor apelará para canais mais formais de financiamento, tais como bancos e capitalistas de risco (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p.421).

Segundo dados estatísticos, a maioria dos negócios bem-sucedidos foram iniciados por empreendedores carentes de recursos, que lutaram muito para conseguí-los. Eles lançaram mão de recursos próprios e de órgãos de apoio à micro e aos pequenos empresários, anteriormente citados. Comparando os dados com a

pesquisa anterior realizada pelo SEBRAE-SP, a hierarquia dos recursos utilizada é quase a mesma. Contudo, segundo Bedê (2005, p.24) “nota-se um aumento na intensidade de uso de todas as alternativas, exceto no caso de recursos pessoais como demonstra a (Figura 5) anteriormente citada”.

Assim, por exemplo, na pesquisa anterior o uso de recursos pessoais foi citado por 90%, a negociação com fornecedores foi citada por 10%, os empréstimos em banco por 6%, o uso de cartão de crédito ou cheque especial foi de 4% e os empréstimos com amigos foram citados por 4% dos pesquisados”.

Os dados demonstram o total desconhecimento das políticas públicas de apoio à pequenos empresários, disponibilizadas e assessoradas por órgãos já citados anteriormente. Os estudos comprovam também, que o grupo das empresas que tiveram acesso às políticas de apoio foi maior o índice de sobrevivência (Quadro 4).

Ambiente institucional	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Obteve empréstimo em banco	24% sim	31% sim
Obteve microcrédito	3% sim	5% sim
Obteve redução de impostos municipais	5% sim	7% sim
Realizou vendas ao governo	6% sim	12% sim

Quadro 4: Ambiente Institucional ou Políticas de Apoio a Empresas Abertas na JUCESP.

Fonte: Sebrae - SP

A obtenção de empréstimos bancários comercial chegou a 31% das empresas contra aos 24% das empresas encerradas. O acesso ao micro-crédito chegou a 5% contra 3% no grupo das encerradas. Dessa forma, em que se pese o fato das políticas de apoio ainda atingirem poucas empresas, o acesso das sobreviventes se mostra sistematicamente superior ao das empresas encerradas. Isso leva à conclusão de que a expansão dessas ações em favor dos pequenos negócios pode contribuir para a redução da mortalidade de empresas.

4.2.4 Importância dos Pré-requisitos

Apesar da necessidade de obtenção de respostas positivas aos pré-requisitos contextualizados serem por demais evidente, é surpreendente o número de futuros empreendedores que se concentram em algum desses pré-requisitos, ignorando outros. Esse viés de alguns futuros empreendedores acarreta consequências graves para seus novos negócios, devido aos problemas e riscos que deixaram de considerar na fase inicial de planejamento; isto dificulta, e em alguns casos, até inviabiliza o desenvolvimento de seus projetos. Porém, tomando como base essas precauções, não se corre o risco de dissabores e insucessos futuros.

4.3 Deficiência no Gerenciamento e Identificação do Negócio nas MPES

***É melhor estar preparado
para uma oportunidade e não ter nenhuma
do que ter uma oportunidade
e não estar preparado.
WHITNEY YONG JR.***

Historicamente, comprova-se que o empreendedor que administra uma pequena empresa pode sucumbir facilmente à “tirania do urgente”. Uma vez que está ocupado em “apagar o fogo”, pode nunca conseguir delimitar um planejamento e gerenciamento adequado. É fácil protelar o planejamento, o que ajuda o administrador a ignorá-lo, enquanto concentra-se em questões mais urgentes de produção e vendas. Entretanto, certa disciplina é necessária para encontrar tempo para planejar e lucrar com seus benefícios. É preciso reservar um tempo e ter um grau de privacidade para elaborar um processo de gerenciamento significativo. Os processos de gerenciamento e planejamento são basicamente mentais, isto é, totalmente dependentes de fatores importantes como a visão holística e observação contínua e, raramente, são elaborados de forma eficaz em uma atmosfera de telefones que tocam, pedidos apressados e decisões urgentes e constantes a serem tomadas.

Consideram Longenecker; Moore; Petty (1997, p.421), em relação às deficiências gerenciais que, “[...] Os gerentes são, em sua maioria, generalistas, e não dispõem de suporte de Staff experiente em pesquisa de mercado, análise financeira, propaganda, gerenciamento de recursos humanos e outras”. Portanto, atribui-se ao empreendedor a responsabilidade pelo planejamento da administração e, conseqüentemente, gastar pessoalmente tempo em planejamento. Entretanto, o empreendedor capacitado, pode delegar algumas tarefas aos colaboradores do empreendimento, pois empreendedores visionários perpetuam que as idéias dos colaboradores freqüentemente são úteis no desenvolvimento de soluções para problemas rotineiros da empresa. Exemplo clássico é a função do vendedor que está mais próximo ao cliente e geralmente tem maiores condições de análise às possíveis reações dos clientes. Na obra de Douglas McGregor (1999), são sugeridas pelo autor, algumas considerações ante o ato de delegar tarefas, ao declinar:

Uma das principais tarefas da administração é a de organizar o esforço humano a serviço dos objetivos econômicos da empresa. Qualquer decisão administrativa tem conseqüências comportamentais. O Sucesso de uma administração depende – não exclusivamente, mas em grande parte – da capacidade de prever e controlar o comportamento humano (MCGREGOR, 1999, p.5).

Constata-se ainda, na maioria das pequenas empresas, que os funcionários conhecem o empreendedor-proprietário pessoalmente dentro de um curto espaço de tempo. Conseqüentemente, o empreendedor deve tirar proveito desse relacionamento e aproximação, no curso normal de trabalho, pois essa interação é intensa e típica e, à medida que a empresa cresce, a quantidade de contato pessoal declina naturalmente. Segundo Longenecker, Moore e Petty (1997, p.434), “[...] Esse contato pessoal significativo facilita, para os funcionários, a compreensão da posição do empreendedor sobre integridade, serviço ao cliente e outras questões importantes”.

Em vista das deficiências gerenciais declinadas, o empreendedor deve considerar cuidadosamente o uso da assistência gerencial externa. Essa assistência suplementa o conhecimento pessoal com experiências e consultorias, e traz aprimoramento, auxiliando o empreendedor nas tomadas de decisões através da melhor organização de fatos e de informações técnicas científicas de análises

anteriormente deficitárias. Pode-se ainda, aprimorar suas próprias qualificações, consultando bibliografias especializadas, freqüentando inclusive um curso especializado ou faculdade que possibilitará maior desenvolvimento de suas habilidades potenciais. Tais indagações são amplamente consideradas pelos autores Longenecker; Moore; Petty, que declinam:

Usando Consultores, os empreendedores podem superar algumas deficiências gerenciais e reduzir seu sentimento de isolamento. Além disso, alguém de dentro da organização, envolvido diretamente em um problema de negócios, freqüentemente “não consegue ver as árvores da floresta”. Para compensar essa limitação, o consultor traz um ponto de vista objetivo e novas ideias, apoiado por um amplo conhecimento de métodos de economia de custo bem-sucedidos e comprovados (LONGENECKER; MOORE, PETTY, 1997, p.435).

Constata-se através de pesquisas elaboradas pelo órgão SEBRAE-SP, que uma das fontes de assistência gerenciais mais eficazes atualmente são as incubadoras de empresas para novos empreendimentos, que mantêm auxílio gratuito na administração e legislação, inclusive tributária, propiciando com isso maior sobrevivência e sucesso desses negócios. Porém, além dos serviços administrativos disponibilizados oferecidos aos novos empreendedores, o aspecto mais importante da operacionalização das incubadoras é o aconselhamento gerencial técnico e científico que qualifica os novos empreendedores a alcançarem seus objetivos. Estes aspectos serão ainda amplamente tratados neste Capítulo.

Contudo, estudos do SEBRAE-SP comprovam que os empreendedores que buscaram ações em conjunto e auxílio externo a seu micro-ambiente tiveram melhores resultados em relação aos empreendedores que se acomodaram, conforme demonstra Bedê (2005, p.55) no Quadro 5.

Características dos donos	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Gênero	62% masculino	63% masculino
Escolaridade	70% tem 2º grau ou +	87% tem 2º grau ou +
Estava desempregado antes de abrir	25% sim	18% sim
Experiência/conhecimento anterior (1)	66% sim	65% sim
Buscou apoio profissional (2)	30% sim	72% sim
Foi a reuniões coordenadas por entidades	11% sim	29% sim
Fez ações em conjunto com outras empresas	3% sim	8% sim

Notas: (1) principalmente como empregado ou autônomo no mesmo ramo.
(2) "...para resolver problemas relevantes da empresa", em pelo menos uma das seguintes entidades: SEBRAE/SENAI/SENAC, entidades de classe, associações empresariais ou empresas de consultoria.

Quadro 5: Características dos Donos: Comparações entre Empresas Clientes SEBRAE-SP e Empresas Registradas na JUCESP Fonte: Sebrae - SP

Verifica-se que o percentual de empreendedores que alcançaram melhores resultados foi extremamente superior aos que se intimidaram diante de uma assessoria externa. O mesmo acontece com os que buscaram sustentação em reuniões e opiniões de terceiros e amigos.

4.3.1 Identificação de Oportunidades

O futuro empreendedor, para subsidiar a coleta de informações e a escolha correta da oportunidade de negócio, deve analisar alguns fatores primordialmente importantes, em função da visão, experiência e recursos disponíveis, ponderando dificuldades e potenciais para reduzir efeitos adversos na sua escolha.

Segundo os autores Pereira; Santos (1995), oportunidade é uma idéia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação. Tem algo de novo e atende a uma demanda dos clientes, representando um nicho de mercado. É atrativa, ou seja, tem potencial para gerar lucros, surge em um momento adequado em relação a quem irá

aproveitá-la – o que a torna pessoal – é durável e baseia-se em necessidades insatisfeitas.

Para Gifford (1989, p.07) a maneira correta de subsidiar as informações necessárias para a identificação de oportunidades de negócios, deverá passar por três etapas, sugestionando hipóteses e respostas a perguntas relacionadas – ao empreendedor, ao mercado e ao empreendimento proposto – que, ao fim, trarão informações oportunas sobre o possível sucesso do negócio, que são:

a. Relacionadas ao empreendedor:

Acredita no produto e ou Serviço escolhido?
 A necessidade que ele satisfaz significa algo pessoal a você?
 Gosta dos clientes potenciais e os compreende?
 Têm experiência neste tipo de negócio?
 Os fatores básicos de sucesso desse negócio se encaixam com suas necessidades?
 Executaria prazerosamente e pessoalmente as tarefas do empreendimento?
 Supervisionaria e trabalharia em harmonia com o grupo de pessoas que irá contratar?
 A idéia começou a tomar conta de sua imaginação e de suas horas de folga? (GIFFORD, 1989, p.7).

b. Relacionadas ao Mercado:

Existe uma necessidade real do cliente?
 O empreendedor pode conseguir um preço que lhe de uma boa lucratividade?
 Os clientes acreditam no produto vindo de sua empresa?
 O produto ou serviço proposto traz, para o cliente, um benefício perceptível significativamente maior que aquele oferecido por concorrentes em relação a mesma necessidade básica?
 Existe uma forma econômica de levar a mensagem e o produto até os clientes? (GIFFORD, 1989, p.7).

c) Relacionadas ao Empreendimento

Existe alguma razão para crer que a empresa possa ser eficiente no negócio?
 O produto ou serviço é compatível à cultura da empresa?
 Existe a possibilidade de alguém vir a patrociná-lo?
 O empreendimento realmente tem tendências de ser lucrativo: alta margem de lucro e baixo investimento?

Proporcionará a condução a mercados maiores e ao crescimento? (GIFFORD, 1989, p.7).

Ainda com embasamento na obra de Longenecker, Moore e Petty (1997), os autores asseveram a importância de uma reflexão profunda no sentido do alcance do sucesso pelo empreendedor, declinando que:

A estratégia de negócio está voltada para decisões que modelam a verdadeira natureza da pequena empresa. A estratégia de pequenas empresas pode apenas “acontecer” ou pode resultar de uma reflexão cuidadosa sobre a missão da empresa. Essa é obviamente preferível quando se monta uma pequena empresa de sucesso” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p.51).

Para tanto, para redução dos efeitos adversos e das dificuldades potenciais no negócio, o empreendedor, deve também, analisar os fatores a seguir que sustentarão ou não a opção pelo negócio pretendido, como: sazonalidade; recessão econômica e controles governamentais; a comercialização de produtos de disponibilidade e custo incertos; o ciclo de vida do setor; a lucratividade do negócio; a sua localização e tendências históricas; a evolução tecnológica e, o não menos importante, entusiasmo pessoal pelo empreendimento pretendido.

4.3.2 Sazonalidade

A maioria dos negócios tem algum tipo de sazonalidade. Cabe ao empreendedor a determinação de ajustes que venham a reduzir seus efeitos. Dentre esses possíveis ajustes, destacam-se:

- Desenvolvimento de outra atividade complementar ao negócio principal;
- Utilização de mão-de-obra temporária nos períodos de maior demanda, evitando ociosidade nos períodos de baixa;

- Detectar a viabilidade de produzir em um ritmo constante, acumulando estoque nos períodos de baixa para sustentação da demanda nos períodos de pico; e
- Viabilizar a abertura do negócio somente nos períodos de alta demanda, associando atividades extras em baixa temporada.

Logicamente que, a sazonalidade varia de acordo com o tipo de negócio, e em muitos negócios, este fator não tem tanta relevância como em outros. Contudo, cabe ao empreendedor analisar cuidadosamente a sazonalidade do empreendimento pretendido, pois poderá ser fator determinante no seu insucesso.

4.3.3 Recessão Econômica e Controles Governamentais

Os empreendimentos, em sua maioria, são afetados negativamente pela recessão econômica – alguns mais, outros menos. Geralmente os produtos mais caros são considerados supérfluos, cuja aquisição pode ser adiada, por parte considerável dos consumidores, ao contrário dos produtos de baixo custo. Cabe ao empreendedor planejar e dimensionar o negócio, mantendo bom relacionamento com fornecedores na recessão para assegurar fornecimento na retomada da expansão ao final do período recessivo. Os autores Kotler, Jain e Maesincee (2002, p.10), justificam a realidade mercadológica asseverando que: “[...] Os clientes não mais precisam comprar de comerciantes de alto preço em seu próprio país, se os mesmos bens e serviços são oferecidos por comerciantes de baixo preço no exterior”.

No tocante ao controle governamental sobre a livre iniciativa, cabe alertar ao futuro empreendedor, os efeitos negativos deste dispositivo e, alertar que estes tipos de negócios ligados a estes setores, são pouco atrativos aos verdadeiros empreendedores em função dos grandes riscos, geralmente incontroláveis e imprevisíveis, ocasionados por mudanças de regras sob controle governamentais.

4.3.4 Comercialização de Produtos de Disponibilidade e Custo Incerto

Toda economia regulada é uma economia de escassez. Em uma economia livre quando ocorre escassez, os preços dos produtos tendem a subir, reduzindo a demanda e encorajando os produtores a aumentar o fornecimento, ao contrário da economia regulada. Geralmente essa escassez gera uma crise, e o futuro dos negócios dependentes destas matérias primas, componentes ou produtos estará sujeito à riscos toda vez que ela se manifestar. Portanto, o futuro empreendedor deve certificar-se de que o negócio escolhido não dependa de produtos de disponibilidade e custos incertos, procurando garantir um fornecimento aceitável para o novo empreendimento.

4.3.5 Ciclo de Vida do Setor: Expansão, Estagnação ou Retração

Aconselha-se o empreendedor, por duas razões, buscar a iniciativa da abertura de um novo negócio em um setor que esteja em expansão, ao contrário dos que estão em estado de estagnação ou possível retração econômica. Em setores em expansão, os novos consumidores que estão entrando no mercado não têm tradição ou lealdade para com os fornecedores existentes, como acontece em setores tradicionais, normalmente em estagnação. Em um segundo patamar, em setores em expansão, a demanda geralmente é maior do que a oferta, e os concorrentes estão mais preocupados em atender a esta demanda do que em combater a um eventual novo concorrente. Já nos setores em estagnação e, sobretudo nos setores em retração, a concorrência é acirrada e é necessário, para obter sucesso, ter claramente vantagens competitivas em relação aos concorrentes evitando possíveis surpresas futuras.

Geralmente, na escolha de setores em expansão, a preocupação do empreendedor deve estar redobrada em função de modismos, que são explosões de demanda com ciclos de vida mais rápidos, freqüentemente vistos nos últimos anos na economia mundial e atraídos por alguns empreendedores mais desavisados. Enfim, abrir um negócio em setores em expansão requer cuidadoso planejamento administrativo-financeiro, onde a penalidade para aqueles que não conseguirem

acompanhar o crescimento é, geralmente, a perda de competitividade em relação aos concorrentes, acompanhada da perda de lucratividade.

4.3.6 Lucratividade

Historicamente, a lucratividade de um negócio é a medida direta do seu sucesso. Negócios bem-sucedidos são os que tiveram lucratividade acima da média em relação aos negócios semelhantes e o fator lucratividade deve ser decisivo para a escolha do novo empreendimento, devendo ser desprezados os negócios cujo potencial de lucro não venha a ser superior a média dos de mercado. Negócios com boa lucratividade são, normalmente, conseqüência da inovação, da diferenciação e de barreiras à sua entrada, impostas pelo empreendedor para atrair consumidores e manter a concorrência distante.

Relevante citar que, negócios com boa lucratividade são menos vulneráveis em épocas de recessão econômica, pois financiam seu crescimento sem depender de recursos de terceiros. A lucratividade de um negócio deve remunerar o empreendedor pelo risco do empreendimento e, se o retorno financeiro não for confiável, é preferível que o empreendedor aplique seus recursos no mercado financeiro. Os autores Kotler; Jain e Maesincee (2002) declinam a realidade dos fatos no mercado mundial, onde empresas estão trocando os grandes investimentos de capitais em imobilizados e maquinários para negócios “menores”, realizados através de comércio eletrônico que não geram tanta onerosidade e realizam grandes picos de lucratividade, observando que:

O fato é que muitas empresas hoje competem pelo acesso a ativos, não pela propriedade deles. A propriedade de bens imóveis na verdade ficou onerosa. Em conseqüência, empresas de todo o mundo converteram-se em organizações “enxutas” por meio de descapitalização – terceirizando atividades, vendendo ativos físicos, arrendando equipamentos e reduzindo seu capital de giro. Hoje, muitas empresas preferem possuir marcas em vez de fábricas (KOTLER; JAIN; MAESINCEE, 2002, p.12).

De suma importância a observação dos autores, tendo-se em vista a nova realidade mundial, aonde os comércios eletrônicos vem dominando mercados,

diminuindo custos, realizando maior lucratividade e, ofertando ainda, a possibilidade de capitalizar a empresa com a venda de bens que por ventura tornaram-se onerosos ou obsoletos diante da nova realidade mercadológica.

4.3.7 Localização e Tendências Históricas

Necessário é, ao empreendedor que pretende abrir um negócio, prever o futuro com clareza, analisando as tendências históricas do setor e projetá-las para ter certeza do retorno do valor investido no novo negócio. Nesta projeção está contextualizado um fator de suma importância, sua localização. A tendência pela escolha de logradouros deve obedecer a padrões que visem sua longa permanência no mercado, visando a fidelização dos clientes, perpetuando seu sucesso no local. Alguns fatores são de suma importância nessa escolha: local onde circulem consumidores com alto poder aquisitivo e de consumo; disponibilidade de estacionamento para comodidade de clientes; vias de fácil acesso, em vez de lojas isoladas; locais de fácil acesso para escoamento de produtos vendidos; necessidade real na região pelos produtos comercializados; estudo do público alvo pertencente a localização pretendida, etc.

A capacidade de prever e perceber o surgimento de novas tendências e adaptá-las a seu negócio, tirando proveito dessas mudanças, é que diferencia o empreendedor bem-sucedido dos demais. Identificar e explorar uma oportunidade que os concorrentes estabelecidos não detectaram ou não têm agilidade de explorar, é a fórmula mais comum utilizada pelos empreendedores bem-sucedidos, capacidades estas, salientadas pelo autor Degen (1989), que diz:

Evidentemente, mudanças são oportunidades para os espertos e armadilhas para os incautos⁹. Não é comum um empreendedor neófito¹⁰ iniciar um negócio com base numa análise de tendências históricas para depois descobrir que essa tendência mudou, e o negócio que era excelente, deixou de sê-lo (DEGEN, 1989, p.46).

⁹Incautos: Pessoas desavisadas, desatualizadas sobre o assunto referenciado.

¹⁰Neófito: alguém novo, inexperiente.

Conhecer as tendências do setor, particularmente os fatores que determinam o sucesso do seu negócio, e tirar proveito das mudanças e intempéries, são fatores determinantes no perfil do empreendedor bem-sucedido.

4.3.8 Evolução Tecnológica

Com o avanço constante da informática e de novas tecnologias, em curtos espaços de tempo, seus efeitos tendem a ser mais inesperados e ter maior impacto sobre os vários setores do que mudanças demográficas, sociais e até mesmo políticas. A evolução tecnológica nos vários setores da economia trouxe inúmeras oportunidades de novos negócios para aqueles que sabem aproveitar-se, e riscos para os negócios estabelecidos e incautos. Cabe ao futuro empreendedor acompanhar com cuidado as evoluções tecnológicas pertinentes ao setor escolhidos tentando adaptá-las a seus negócios. Em especial, no caso da informática, sobretudo na área de Sistemas de Informação – SI, a evolução e adoção desses sistemas auxiliam na maior consistência e integridade das informações inerentes ao negócio, possibilitando determinar inclusive, o surgimento e detecção de novas tendências, produtos mais competitivos, informações mais precisas sobre clientes e fornecedores, mercados e, principalmente, a tomada de decisões que dizem respeito a concorrentes e seus produtos. Neste contexto os autores Kotler, Jain e Maesincee (2002) vêem ilustrar com grandeza, delineando que:

Os clientes têm condições de conhecer melhor a empresa e as empresas dispõem de meios para acumular as informações mais completas sobre os clientes. A maior riqueza de informações possibilita que as empresas desenvolvam forte relacionamento com clientes e colaboradores, que podem ser aproveitadas para explorar novas oportunidades de negócios e para construir vantagens competitivas (KOTLER; JAIN; MAESINCEE, 2002, p.103).

Cabe ressaltar que, raramente, os futuros empreendedores que administram os pequenos negócios em fase de iniciação, têm conhecimento técnico diante dos benefícios trazidos pela utilização da área de Tecnologia de Informação – TI, que representa grande vantagem contra a concorrência estabelecida, onde, se adequadamente explorada através da extração e mineração de informações

correntes e históricas, possibilitará inúmeros benefícios quanto a estratégias de fidelização a clientes.

4.3.9 Entusiasmo Pessoal e Metas Definidas

Um dos fatores cruciais ao sucesso do empreendimento é o entusiasmo, a atração pessoal. Se este fator, por algum motivo, não estiver delineado no contexto do negócio escolhido, causarão inúmeras barreiras impossibilitando o empreendedor do enfrentamento de longas horas de trabalho, necessárias ao seu sucesso sem o fator entusiasmo.

A Realização Pessoal não é necessidade somente do empreendedor, mas da grande maioria de pessoas bem-sucedidas. Há diferença, entretanto, pois o empreendedor a faz com liberdade para autodefinição de metas, escolha de caminhos e administração pessoal do tempo suficiente para atingí-las, tornando-o dono de suas próprias decisões e caminhos. Segundo Pereira e Santos (1995, p.47), “[...] Ele é, portanto uma pessoa que busca realização e é auto orientado para atingir metas”.

Na realidade atual, muitas vezes, o idealismo dá lugar ao realismo, e a opção de não se trabalhar só por dinheiro fica distante das necessidades da maioria dos empreendedores brasileiros. Porém, por mais lucrativo que seja o negócio, as preferências pessoais devem ser consideradas pelo empreendedor, pois somente a ele cabe determinar suas qualidades e defeitos para escolha de um novo negócio que poderá fazer parte de sua vida inteira ou uma opção frustrante de insucesso.

Segundo (MASLOW apud PEREIRA; SANTOS, 1995, p. 47), “A realização pessoal é a última necessidade do homem, que surgem somente após as anteriores – como a sobrevivência física, a segurança, o afeto e o reconhecimento social – terem sido atendidas”.

4.3.10 Clientes Potenciais: Vendas

Antes de lançar mão de um novo negócio, o futuro empreendedor precisa certificar-se de que vai contar com um número mínimo de clientes necessários para realizar as vendas que viabilizarão o empreendimento. Esta certeza, ou pelo menos, uma boa indicação mercadológica de que clientes irão comprar, o empreendedor deve obtê-las simulando situações de compras.

Se, através de simulações e projeções, o número suficiente de clientes a fim de atingir o volume de vendas necessário para viabilização do empreendimento não for satisfatório, melhor será rever o conceito do negócio escolhido. Como já citado anteriormente, o insucesso de pequenos negócios no Estado de São Paulo é inerente às características do mercado. Porém, ressalta-se a observância dos pré-requisitos neste Capítulo citados para resguardar os futuros empreendedores de dissabores futuros.

4.4 Falta de Política de Incentivos ao Empreendedorismo¹¹

***Mamãe se transformou numa empreendedora.
Constrói barracões para alugar.
Toma conta de crianças dos outros.
Vende leite de cabrita, sem deixar de lado sua casa...
ARISTEU CARLOS DIAS¹² – desempregado***

A probabilidade de sucesso está condicionada, na maioria das vezes, aos fatores que possam inibir a abertura do negócio. Quanto menores as barreiras de entrada no mercado, mais fácil é o aparecimento de concorrentes e menor a possibilidade de sucesso. O caminho para empreender um novo negócio é estreito. De um lado, há negócios atrativos, mas com fatores inibidores difíceis de transpor; do outro, há negócios pouco atrativos, porém com barreiras facilmente transponíveis. Entretanto, negócio com facilidade é sinônimo de excesso de concorrência e comprometimento da lucratividade. Contudo, a experiência empírica diferencia-se de acordo com o potencial de cada empreendedor. A experiência acumulada ao longo do tempo, conhecimentos, relações, amigos, e idéias é que permitirão ao empreendedor percorrer um caminho único e pessoal no desenvolvimento do seu negócio, diferenciando-o dos demais concorrentes.

Os fatores inibidores à operacionalização de novos negócios são muitos. Entretanto, cabe a cada empreendedor delimitá-los e procurar respostas satisfatórias a estas barreiras. Entre os principais citam-se:

- Ausência de incentivos as MPES: política de compras governamentais, mecanismos que facilitem e estimulem as exportações, desburocratização e redução de custos de abertura de um novo empreendimento, reformas trabalhistas, legislação decorrentes de licenças, contratos, patentes e marcas;

¹¹ A contextualização deste item e de seus subitens (4.4 a 4.4.3) foram elaborados com trechos de textos extraídos da Internet, disponíveis em <<http://www.sebrae.com.br> e <<http://www.sebraesp.com.br>, acessados em 29/01/2007.

¹² Aristeu Carlos Dias: Desempregado da cidade de Cachoeirinha – BH, especialista em consertar fogões. Distribuiu seis mil folhetos oferecendo seus serviços e se dispôs inclusive a enfrentar filas. Sonha em deixar a informalidade. Recorte de Jornal com a matéria nomeada “JEITINHO BRASILEIRO”, matéria disponível no site <http://www.sebrae.com.br>, acesso em 21/10/2006..

- Linhas de crédito para aquisição de capital: para instalações, equipamentos, capital de giro e despesas iniciais; e
- Tributários: maior simplificação do sistema de impostos.

Todos esses fatores serão abordados sistematicamente neste Capítulo, destacando-se seus pontos principais, amparados por estudos estatísticos elaborados pelo órgão SEBRAE-SP.

4.4.1 Reforma Tributária e a Lei do Simples

O Brasil tem diante de si uma oportunidade decisiva para responder positivamente aos desafios do crescimento econômico, da geração de empregos e da distribuição de renda. Com a promulgação da Reforma Tributária, em 19/12/2003, abriu-se o caminho para o fortalecimento das pequenas empresas, a alternativa mais eficaz para viabilizar a geração de emprego, o crescimento econômico e a inclusão social na atualidade. A Lei Geral das Pequenas Empresas estabelecerá e regulamentará estímulos e incentivos para o setor, tais como a introdução de um sistema mais simples e justo de pagamento de impostos e contribuições, crédito facilitado, redução da burocracia e maior acesso às compras governamentais, às exportações e às novas tecnologias. Como parte dessa iniciativa, virá também um sistema de pagamento de impostos e contribuições unificado no plano federal, estadual e municipal.

Iniciativa do governo federal, aperfeiçoada e aprovada pelo Congresso Nacional, a Reforma Tributária contém artigos que traduzem o reconhecimento histórico da importância dos pequenos negócios para o desenvolvimento nacional. Afinal, com 5,5 milhões de empresas, o segmento representa hoje nada menos que 99% de todos os empreendimentos no País, responde por 20% do Produto Interno Bruto (o PIB, soma de todas as riquezas produzidas anualmente no território nacional) e emprega 60 milhões de brasileiros, dos quais 14,5 milhões com carteira assinada.

Um dos marcos jurídicos importantes é a Lei 9.317, de 5 de dezembro de 1996, que ficou conhecida como Lei do Simples Federal. Dispôs sobre o regime

tributário para o setor e criou o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples). Foi a primeira regulamentação do artigo 179 da Constituição, que estabelecia “o tratamento diferenciado, simplificado e favorecido” para o segmento, com 31 artigos.

Entre outros assuntos, a Lei nº 9.317 definiu o que eram microempresa e empresa de pequeno porte. Além disso, estabeleceu um procedimento simplificado para pagamento de impostos e contribuições, baseado numa porcentagem da receita bruta variável. O texto trouxe regras também para a simplificação das formalidades para opção pelo Simples; das datas e formas do pagamento mensal e unificado; da escrituração e dos documentos da firma e da declaração para a Receita Federal, entre outros aspectos.

De acordo com os valores em vigor atualmente, a microempresa está delimitada por uma receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 120 mil. A empresa de pequeno porte deve ter receita bruta superior a R\$ 120 mil e igual ou inferior a R\$ 1,2 milhão. Quanto à porcentagem a ser recolhida como pagamento de impostos, as microempresas recolhem de 3% a 5% sobre a receita bruta mensal. Para as de pequeno porte, esse percentual varia de 5,4% a 8,6%. Essas faixas fazem parte da Lei no 9.732, de 11 de dezembro de 1998, que atualizou o Simples, dois anos depois do seu lançamento. Há muitos casos em que os limites podem chegar a 13,65%.

O segundo esforço para regulamentar o “tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição” veio com a Lei no 9.841, de 5 de outubro de 1999. É o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Contém 43 artigos e enfatiza os seguintes aspectos: previdência social, relações trabalhistas, linhas de crédito específicas para o setor e recursos federais para aplicação em pesquisa, desenvolvimento e capacitação tecnológica. Embora refletisse boas intenções, o Estatuto mostrou resultados práticos pouco expressivos.

4.4.2 Uma Estratégia para o Brasil

O Brasil se prepara para a elaboração da Lei Geral da Pequena Empresa, de acordo com o que foi fixado pela emenda constitucional conhecida como Reforma Tributária, votada e promulgada no final de 2003. Assim, com o fortalecimento de suas atividades, os empreendedores dos pequenos negócios estarão dando uma grande contribuição para ajudar a resolver aspectos cruciais da atual agenda brasileira, entre os quais se destacam os seguintes:

- Combate à pobreza pela geração de trabalho, emprego e melhor distribuição da renda;
- Redução da informalidade na contratação de mão-de-obra e fortalecimento do tecido social e econômico do país;
- Interiorização do desenvolvimento pela promoção de iniciativas locais e dos arranjos produtivos;
- Incremento da atividade produtiva nacional, com conseqüente ampliação de oportunidades e da base de arrecadação de impostos; e
- Simplificação, desburocratização e justiça fiscal, os grandes eixos e objetivos visados pela proposta de Reforma Tributária.

O segmento dos pequenos negócios é um dos principais pilares de sustentação da economia nacional, tanto pelo número de estabelecimentos e distribuição geográfica, quanto pela sua capacidade de gerar empregos. Ainda que reconhecida sua importância socioeconômica, o setor encontra sérios obstáculos ao seu crescimento, sustentabilidade e competitividade.

Somente os empreendimentos de menor porte podem materializar a difícil meta de gerar 10 milhões de novos postos de trabalho no governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A capacidade de geração de empregos no setor é amplamente conhecida. Estudos mostram que, entre 1995 e 2000, nada menos que 96% dos novos empregos foram criados em empresas com até 100 empregados. O saldo positivo entre as contratações e desligamentos no setor foi de mais de 1,4 milhões de novos postos de trabalho, um crescimento de 26% no período. Nas

grandes empresas, em oposição, esse saldo foi inferior a 30 mil novos empregos, um crescimento de apenas 0,3%.

Não há, portanto, como cogitar de um novo modelo de desenvolvimento que não esteja baseado nos pequenos negócios. Países como Itália e Espanha fizeram esse dever de casa e deram saltos espetaculares de desenvolvimento em três décadas. Não é mais possível conferir ao segmento o mesmo tratamento que se dá à grande empresa. É mais do que justificável usar, neste caso, dois pesos e duas medidas.

Ao defender essa visão, o Sebrae está longe de lutar por uma causa meramente corporativista. Na verdade, defende uma estratégia para o país, reivindicando que se dê foco a uma política, assim como foi feito, por exemplo, na agropecuária e no agronegócio, com excelentes resultados. A Lei Geral pode fazer com que a Reforma Tributária tenha um papel estruturante para o país e será o encontro entre o que a sociedade deseja e os avanços permitidos pela reforma recente na Constituição. O Sebrae está convicto de que o modelo de desenvolvimento baseado na pequena empresa é a melhor opção para o Brasil socialmente mais justo que todos.

4.4.3 A Mobilização de Entidades de Representação em Apoio ao Setor

Tão logo o tema das reformas estruturais – tributária, previdenciária e trabalhista, em especial – voltou à ordem do dia, no começo de 2003, com a mudança de governo na esfera federal, as entidades de representação e apoio ao setor da pequena empresa saíram a campo para “apresentar sua contribuição ao debate e pleitear aquilo que lhes parece legítimo e consoante com o interesse nacional”. Contavam com a sustentação do Conselho Deliberativo Nacional (CDN), órgão máximo do Sistema Sebrae e responsável por traçar as políticas e estratégias gerais de atuação, instituindo normas e orientando o trabalho de todo o conjunto, bem como dos Conselhos Deliberativos Estaduais (CDEs). Em 6 e 7 de março de 2003, o Movimento Nacional das Micro e Pequenas Empresas (Monampe), a Associação Brasileira dos Sebrae / Estaduais (Abase) e o Sebrae fizeram uma Oficina de Trabalho em Brasília. Desse evento saiu uma tomada de posição de

apoio às reformas e à necessidade de colaboração do segmento com a elaboração das emendas constitucionais que viriam a seguir.

Em 30 de abril de 2003, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva compareceu ao Congresso Nacional para entregar pessoalmente as propostas das reformas Previdenciária e Tributária. Os textos foram encaminhados ao presidente da Câmara Federal, deputado João Paulo Cunha, na presença do presidente do Senado, José Sarney. “A reforma não é para fazer favor para uns, não é para prejudicar outros”, afirmou o presidente, na ocasião. “A reforma é para conseguirmos fazer com que o nosso país deixe definitivamente de ser um país emergente, em vias de desenvolvimento, e passe a ser um país desenvolvido; que conquiste os espaços que já deveria ter conquistado nesse mundo globalizado”, arrematou.

Ao apresentá-las, Luiz Inácio Lula da Silva lembrou que não eram propostas fechadas do governo federal, pois contavam com o apoio dos 27 governadores e haviam sido elaboradas com a participação do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social. O presidente citou nominalmente todos os governadores para reforçar a convicção de que as reformas expressavam um desejo geral. Na Câmara, a iniciativa ganhou a identificação de Proposta de Emenda Constitucional no 41, ou simplesmente PEC 41.

Pouco depois, em junho de 2003, o Sebrae divulgou um documento de 26 páginas, sob o título de Justiça Fiscal às Micro e Pequenas Empresas – Proposta de Emendas a PEC 41 para Impulsionar os Pequenos Negócios. A entidade aplaudia a iniciativa do governo federal e formalizava suas sugestões. “Constitui enorme e importante avanço ao fomento dos pequenos empreendimentos no País a proposta do governo federal de reforma do Sistema Tributário Nacional, ora em apreciação pelo Congresso. Requer, porém, alguns aperfeiçoamentos, a fim de que possa atingir plenamente os objetivos a que se destina”, dizia o Sebrae. O documento acentuava que várias das normas propostas pelo governo federal representavam “uma sinalização inequívoca” do reconhecimento de que as pequenas empresas carecem de estímulos para o seu desenvolvimento e demandam a concessão de tratamento tributários favorecido, diferenciados e simplificados.

A proposta do Sebrae consistia em introduzir no Capítulo da Constituição referente ao Sistema Tributário Nacional a possibilidade de ser criada uma lei

complementar que viesse regulamentar o tratamento diferenciado, simplificado e favorecido para os pequenos negócios – ou Lei Geral da Pequena Empresa, como foi batizada. O entendimento era o de que somente a lei complementar tem o poder de uniformizar e dar o tratamento tributário adequado para o setor, com normas gerais aplicáveis às esferas de governo (federal, estadual e municipal). Do ponto de vista prático, fazia-se necessário, então, a aprovação de emenda à PEC 41, permitindo a alteração do artigo 146 da Constituição para criar a lei complementar. Embora o texto original da Reforma Tributária não previsse a Lei Geral, desde que o Sebrae começou a articular a sua inclusão, a proposta passou a contar com o apoio suprapartidário, tanto do Congresso Nacional como do Poder Executivo, além do conjunto das representações das pequenas empresas e de toda a sociedade.

4.5 Conjuntura Desfavorável à Economia Brasileira

Vivemos hoje a Paz de cemitério. Precisamos pensar o que fazer. Uma reflexão recomendada à intelectuais à esquerda e, à direita do composto político, como um chamado a repensar o Brasil, junto as demais forças da sociedade, pois não há soluções mágicas para romper o imobilismo da economia brasileira sem um trabalho árduo.
José Arthur Gianotti – Filósofo (CEBRAP, 2007).¹³

Nas duas últimas décadas, O Brasil perdeu vigor e, é fato que muito se conquistou neste período: o fim do autoritarismo e o retorno do ambiente democrático talvez sejam as principais vitórias da sociedade. Pode-se dizer, atualmente, que o Brasil tem marcantes avanços a registrar: a inflação foi controlada, o acesso e a valorização da educação aumentaram, a distribuição de renda melhorou sensivelmente, a vulnerabilidade externa foi praticamente eliminada, houve ganho no ambiente macroeconômico e maior integração das empresas à economia mundial. Embora esses avanços representem inegáveis conquistas, o país ainda não foi capaz de superar o ciclo do baixo crescimento que o aprisiona.

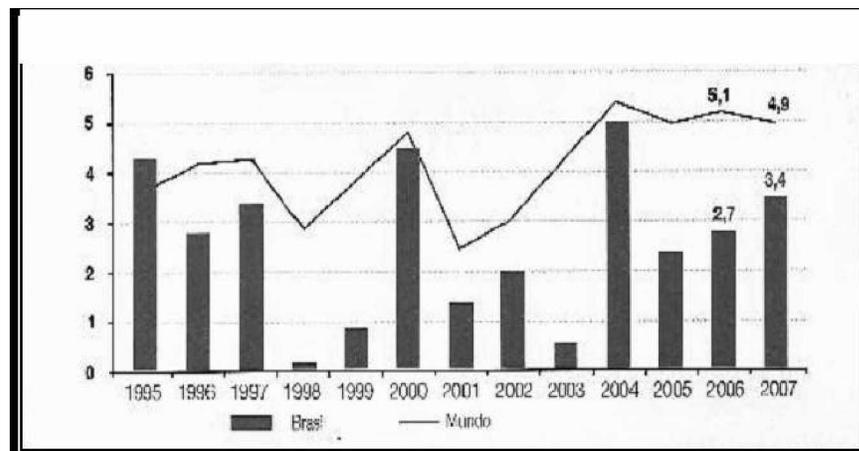
A economia brasileira não voltou a crescer como todos esperavam. Nos últimos 11 anos, a taxa foi inferior à média mundial. Em 2005, apenas um país das Américas cresceu menos: o Haiti, sempre mergulhado em conflitos. Segundo avalia o filósofo José Arthur Gianotti.

A CNI projeta taxa de 3,5% de crescimento para este ano, a custo de muito esforço, projetando que crescimento a taxas maiores somente na próxima década e, mesmo assim, se o país transformar-se. Na visão da CNI, a agenda do crescimento tem um obstáculo: a questão fiscal que amarra e impede o Brasil de crescer a taxas maiores. Salienta a economista Lígia Goldenstein em entrevista para a Revista Sistema Indústria¹⁴ “[...] É preciso ter um projeto. O principal motor do crescimento é

¹³ José Arthur Gianotti (Filósofo): Diretor do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento – CEBRAP. In: Revista Sistema Indústria: Indústria Brasileira: Em busca de um consenso para a economia avançar. (ano 7, nº 71, edição de janeiro de 2007, p.21).

¹⁴ Entrevista da economista Lígia Goldenstein: Revista Sistema Indústria: Indústria Brasileira: Em busca de um consenso para a economia avançar. (ano 7, nº 71, edição de janeiro de 2007, p.22).

o investimento – que no Brasil está um pouco acima de 20% do Produto Interno bruto – PIB, metade da proporção dos países asiáticos”, conforme (Quadro 6).



Quadro 6: PIB do Brasil e do Mundo
Fontes: Contas Nacionais / IBGE / FMI

O economista Sérgio Werland, ex-diretor do Banco Central e atual Diretor Geral do Banco Itaú, chama a atenção para outro benefício da Reforma Fiscal, além da redução de impostos: a melhoria das condições de pagamento da dívida pública poderá favorecer, também, o acesso a crédito internacional para empresas brasileiras, asseverando que, “[...] Se tivéssemos boas contas fiscais, atingiríamos o patamar de grandes investimentos no final de 2007”, In: Revista Sistema Indústria: Indústria Brasileira: Em busca de um consenso para a economia avançar. (ano 7, nº 71, edição janeiro de 2007, p.23). Sabe-se que cortar gastos públicos é uma tarefa complexa diante de tantas pressões sobre o Estado, mas os investidores não esperam algo radical e imediato, basta que comecem a cortar e estabelecer regras que garantam a progressividade das medidas adotadas.

4.5.1 Risco de Retração

Segundo o economista Sérgio Werland o país não só corre o risco de deixar de tomar decisões corretas, mas também de tomar outras equivocadas, onde destaca “[...] O governo caminha para uma política oposta às mudanças que poderiam favorecer investimentos privados, com fortes investimentos a partir do

setor público, o que poderia trazer o risco da volta da inflação”, In: Revista Sistema Indústria: Indústria Brasileira: Em busca de um consenso para a economia avançar. (ano 7, nº 71, edição janeiro de 2007, p.24). Pressupõe-se que a melhoria do ambiente institucional é indispensável para as empresas voltarem a investir, mais ainda que haja garantia de estabilidade e que os juros sejam reduzidos, pois não há a certeza de que a produção do país irá aumentar. As empresas só disponibilizam mais e melhores produtos no mercado com a perspectiva de que serão vendidos.

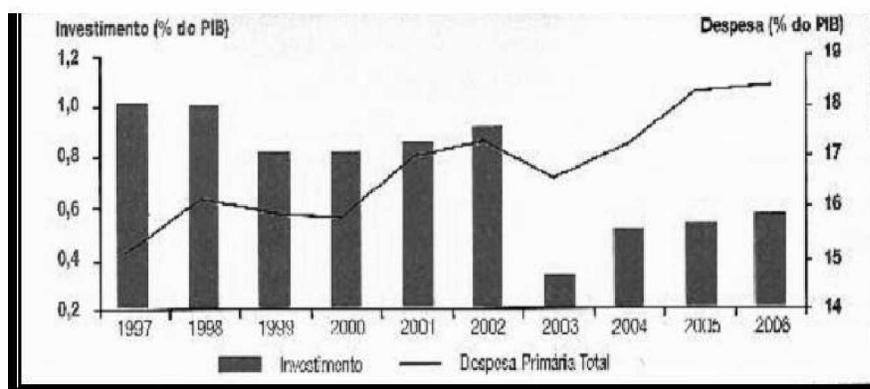
Estudos relatam que, em 2006, o crescimento do PIB brasileiro foi movido, principalmente, pelo aumento do consumo das famílias e, mesmo assim, o nível de investimentos não cresceu de forma significativa. Tal fato está relacionado ao consumo popular, onde o consumo da classe média foi achatado e o consumismo redirecionou-se a produtos baratos - “chineses” e de países cuja mão-de-obra é barateada - o que passou a contribuir de forma negativa para a evolução do PIB brasileiro. A estagnação da classe média no Brasil – motor da sociedade urbana – acompanha a do crescimento do PIB numa correlação que mostra o quanto essa parcela da população é significativa para o desenvolvimento. Estima-se que, nos últimos dez anos, esse segmento social passou de 20% para 21% da população. O problema não se resume a números. A classe média brasileira não tem ninguém que a represente politicamente a causa do crescimento imperceptível deste extrato social.

4.5.2 Tendências Futuras da Economia Brasileira

A atual conjuntura econômica demonstra aceleração moderada no ritmo de crescimento como tendências para 2007. O Produto Interno Bruto – PIB deverá expandir-se 3,4%, aproximadamente. Como o cenário mundial continuará bastante favorável, o crescimento moderado se explica pela inexistência de ações efetivas à superação da economia nas últimas décadas. As projeções para o ano corrente não mostraram surpresas, o que se prevê semelhança à política econômica de 2006. Esperam-se mudanças para alavancar o investimento e um esforço de contenção do gasto público corrente, mas dentro dos limites atuais. Espera-se que os juros sigam em queda, ainda que em um ritmo mais lento, em relação a 2006 e que a inflação

controlada permita cortes adicionais na taxa SELIC que deverá encerrar 2007 em 11,5%.

Apesar da queda de juros em 2006, o país evidenciou um crescimento pouco expressivo e evidencia-se que, além do elevado custo do capital, existem outras restrições à entrada do país na rota do alto crescimento. Sem dúvida, os maiores desafios são a questão fiscal e a má gestão do gasto público, onde as decisões tomadas em 2006 – o forte aumento real do salário mínimo, maior liberalidade na concessão de reajustes salariais e ampliação de benefícios sociais – auxiliarão ainda mais na redução da margem de ganhos substanciais em 2007. O crescimento substancial e sustentado só irá ocorrer com a elevação da taxa de investimento e despesas primárias em um patamar digno do cenário mundial, diferente dos 20% atualmente atrelados ao Brasil - conforme demonstrado no Quadro 7 - não apenas porque o investimento é o meio de incorporação de novas tecnologias, como também, porque aumenta diretamente a capacidade produtiva.



Quadro 7: Investimento e Despesas Primárias
Fontes: SIAFI e Secretaria do Tesouro Nacional

Aumentar o investimento exige ações em duas dimensões: melhorar a eficiência do estado – com redução de gasto corrente e da carga tributária – e estimular o investimento privado. Só assim será possível criar as condições para a elevação da produtividade global da economia. De outra forma, não haverá aumento substancial no ritmo de crescimento do produto potencial, o que significa perpetuar o crescimento medíocre dos últimos anos, delineados no Quadro 7. As demandas são muitas e incluem combate sem trégua à burocracia e ao Custo Brasil, crédito mais acessível, juros mais baixos. Todas elas figuram em diversos estudos produzidos

nos últimos anos. Porém, como salientado anteriormente, os empresários querem ser parceiros de um novo Brasil que promova crescimento com distribuição de renda em um ambiente propício ao investimento.

5. Custo Social da Falta de Políticas de Crescimento

Segundo estatística extraída da referência Bedê (2005, p.46), a aplicação das taxas de mortalidade ao registro de abertura de empresas na JUCESP, no período entre 1990 e 2004, permite obter uma estimativa do número de empresas que encerraram suas atividades nesse período no Estado de São Paulo. Assim, com base nesses dados, no período considerado, em média, foram abertas cerca de 134 mil empresas por ano e estima-se que foram fechadas cerca de 91 mil empresas por ano. No total, entre 1990 e 2004, foram abertas 2 milhões de empresas e estima-se que pouco mais de 1,3 milhão de empresas encerraram suas atividades. Observe-se que neste cálculo são levadas em consideração apenas as empresas com até 5 anos de atividade, das quais se dispõe informações.

O custo da mortalidade de empresas para a sociedade é expressivo sob o ponto de vista da eliminação de postos de trabalho e da perda financeira. Levando-se em consideração o último dado da série (73 mil empresas fechadas em 2004), dado que, em média, ao fechar as empresas da amostra possuíam 3,9 pessoas ocupadas, então, o fechamento das empresas paulistas de 1 a 5 anos de atividade significou a eliminação de cerca de 281 mil postos de trabalho por ano (Quadro 8).

Em termos de poupança pessoal aplicada no negócio, entre as empresas da amostra que fecharam, verifica-se que 80% dessas empresas perderam totalmente ou parcialmente os recursos ali aplicados. Entre os que obtiveram prejuízo, a perda média de recursos foi de R\$ 28.351,00. A aplicação desses valores à estimativa de empresas encerradas implica uma perda total de recursos pessoais estimada na ordem de R\$ 1,7 bilhão / ano (Quadro 8).

Tomando como referência o faturamento médio mensal das MPES paulistas, cerca de R\$ 15.000,00/mês (SEBRAE-SP, 2004), a aplicação desse valor às empresas do Estado de São Paulo que fecham implica uma estimativa de perda de R\$ 13,1 bilhões / ano de faturamento anual que deixa de ser gerado com o fechamento dessas empresas. Finalmente, somando as perdas de poupança pessoal com o fluxo de faturamento anual que deixa de ser gerada, a perda financeira total

decorrente da mortalidade das empresas paulistas pode chegar a cerca de R\$ 14,8 bilhões / ano¹⁵.

Em termos comparativos, o custo social estimado para o ano de 2004 foi inferior ao de 2002. Isso está associado, principalmente, ao fato da taxa de mortalidade de empresas apresentar tendência de queda entre os diferentes períodos de rastreamento. Tais dados estatísticos¹⁶ são comprovados no (Quadro 8).

	Eliminação de	Custo Social (1) em 2002	Custo Social (2) em 2004	Custo Total (3) entre 1990 e 2004
(A)	Empresas	78 mil empresas	73 mil empresas	1,3 milhão empresas
(B)	Ocupações	335 mil ocupações	281 mil ocupações	5,1 milhões de ocupações
(C)	Poupança pessoal (capital investido)	R\$ 1,6 bilhão	R\$ 1,7 bilhão	R\$ 30 bilhões
(D)	Faturamento	R\$ 14,0 bilhões	R\$ 13,1 bilhões	R\$ 240 bilhões
(C)+(D)	Perda financeira total	R\$ 15,6 bilhões	R\$ 14,8 bilhões	R\$ 270 bilhões

Quadro 8: Estimativas do custo Social do fechamento das Empresas Paulistas
Fonte: Sebrae - SP

¹⁵ Deve-se lembrar que o Estado de São Paulo possui cerca de um terço das empresas do país. Embora não seja possível fazer estimativas sobre a perda social da mortalidade de empresas para o país apenas com base nos dados das empresas paulistas, dada sua elevada proporção no universo de empresas, isso dá uma noção da magnitude total desse fenômeno no âmbito da economia brasileira.

¹⁶ (1) Referente ao rastreamento realizado em 2002. Os coeficientes técnicos utilizados para o cálculo do custo social em 2002 foram: 4,3 ocupações por empresa encerrada; 76% das empresas encerradas com perda parcial ou total dos recursos investidos; R\$ 27.783,00 valor da perda média (capital investido); e R\$ 15.000,00 faturamento médio mensal por empresa. Os valores monetários encontram-se em valores correntes, referentes ao período de rastreamento.

(2) Referente ao rastreamento realizado em 2004. Os coeficientes técnicos utilizados para o cálculo do custo social foram: 3,85 ocupações por empresa encerrada; 80% das empresas encerradas com perda parcial ou total dos recursos investidos; R\$ 28.351,00 valor da perda média (capital investido); e R\$ 15.000,00 faturamento médio mensal por empresa. Os valores monetários encontram-se em valores correntes, referentes ao período de rastreamento.

(3) Para a estimativa global do período 1990 a 2004, por uma questão de simplificação, utilizou-se o custo anual de 2004, multiplicado por 15 anos. Vale observar que o custo social em 2004 foi o menor já verificado, nos processos de rastreamentos realizados pelo SEBRAE-SP.

5.1 Principais Reivindicações dos Empreendedores

De maneira detalhada e consistente, como se pode constatar pela leitura dos Capítulos anteriores, a mobilização das entidades nos estados forneceu ao Sebrae e a Abase um formidável manancial de subsídios para a elaboração da Lei Geral.

Nem tudo que foi proposto é assunto para Lei Geral. Várias dentre as inúmeras sugestões podem ser utilizadas para atos jurídicos como regulamentações, decretos ou portarias. Há ainda aquelas que representam, na verdade, proposições para mudanças de comportamento, de atitude ou de gestão nas empresas.

Quanto às diferentes preocupações dos empreendedores, em todas as regiões, a de maior porcentagem é a relativa ao crédito, ou seja, de 23% dos participantes (confira o gráfico a seguir). Se a isto for somado o item financiamento (13%), o índice sobe para 36%, isto é, um em cada três empreendedores enfatiza o crédito e o financiamento em suas preocupações.

Tributos, burocracia, informação e relações com o governo dividem as demais atenções no segmento.

A tabulação por regiões geográficas aponta tendência semelhante, conforme Figura 10.

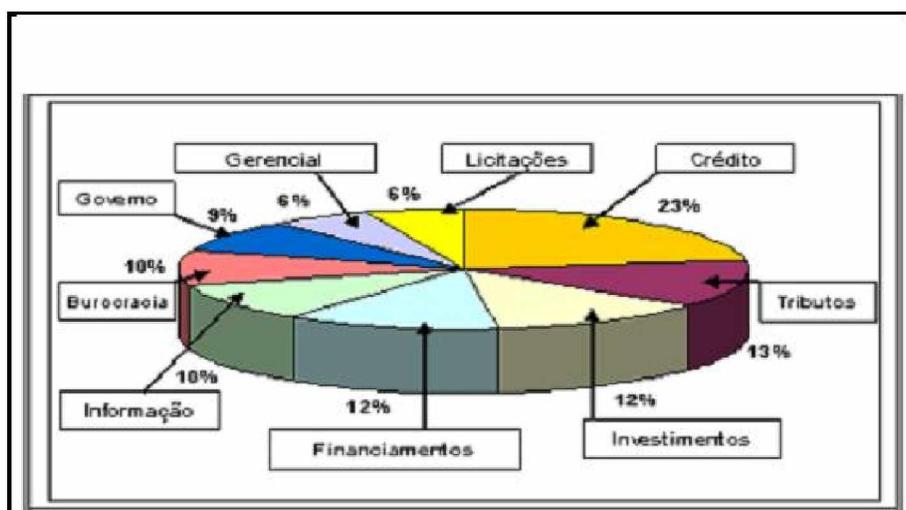


Figura 10: Principais Preocupações da Pequena Empresa
 Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

As intempéries tributárias continuam aumentando assustadoramente e segundo notícia veiculada no JORNAL COMARCA DE GARÇA¹⁷, a carga tributária bate recorde e atinge 38,8% do PIB em 2006, o que representa um crescimento de 0,98 ponto percentual em relação a 2005, quando alcançou 37,82%, segundo projeções do IBT (Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário). Os dados são baseados no PIB brasileiro que cresceu 2,9% em 2006, segundo divulgou o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Em valores, o total de arrecadação tributária, nos três níveis (federal, estadual e municipal), passou de R\$ 732,87 bilhões para R\$ 815,07 bilhões, de 2005 para 2006, com um crescimento nominal de R\$ 82,2 bilhões. Segundo projeção, cada brasileiro pagou de tributos em média R\$ 4.434,68 em 2006, ou seja, R\$ 447,23 a mais que em 2005. Em relação ao PIB, os tributos federais representam 27,12%, os estaduais, 10,08% e os municipais, 1,6%. Do total da arrecadação, os federais são responsáveis por 69,91%, os estaduais 25,97% e, os municipais 4,12%.

Entretanto, a Lei Geral nº. 3.172, sancionada em dezembro de 2006 e com data para vigorar a partir de julho de 2007, possivelmente, vem pôr um fim a essas distorções citadas. De acordo com a nova Lei Geral, o empreendedor ao pagar o DARF do Simples Nacional, estará pagando o IRPJ, o IPI, a CSLL, o PIS / PASEP, a Cofins, a Contribuição para o INSS (pessoa jurídica), o ICMS e o ISS. Dependendo da atividade e do segmento de atuação, as MES e EPPS podem estar sujeitas a outros impostos e contribuições e, nesse caso, terão de pagar de forma adicional. O artigo 13 da Lei define os impostos que estão no Simples Nacional e aqueles que não estão.

Para melhor detalhamento da Lei Geral nº. 3.172, salientar-se-á no próximo Capítulo, os principais tópicos e benefícios incidentes as MPES, no que diz respeito à legislação tributária.

¹⁷ JORNAL COMARCA DE GARÇA: exemplar datado de 02/03/2007, ano 72, publicação nº. 9.473.

5.1.1 Acesso à Tecnologia

É consenso que, embora crescente, o acesso das pequenas empresas à Internet precisa ser ampliado, com facilidade para a aquisição de computadores e desenvolvimento de telecentros. Outras questões relacionadas são o investimento em novos equipamentos, bens de capital, certificação, marcas, patentes e registros.

Metade dos participantes (49%) conforme (Figura 11), sugere que o aumento de crédito específico para aquisição de tecnologia e equipamentos resolveria o problema de acesso à tecnologia. Centros de tecnologia e incubadoras são outras das sugestões. O item parceria com universidades poderia ser agregado ao anterior, mas aparece destacado por ser uma preocupação mais concentrada no Sudeste. Das sugestões, 23% se referem a bancos de dados e à falta de informação para solucionar o problema do acesso às tecnologias necessárias.

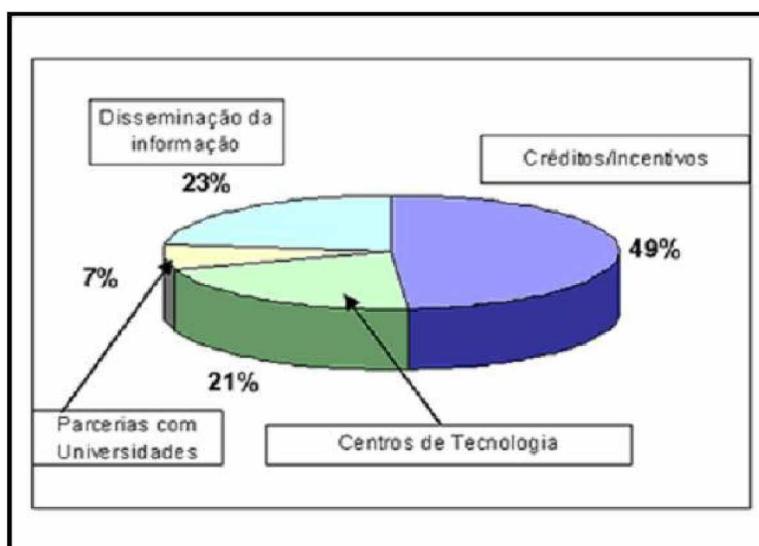


Figura 11: Como ter Acesso a Tecnologia
 Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

5.1.2 Acesso ao Crédito

Há muita dificuldade de acesso ao crédito, principalmente com as altas taxas de juros, que têm sido forte componente da baixa expansão dos pequenos negócios.

Conforme já ficou demonstrado no panorama geral das conclusões dos participantes do seminário, o crédito e o financiamento ocupam a primeira fila das preocupações dos empreendedores do setor. As sugestões dos participantes quanto ao acesso ao crédito focalizam a necessidade de mais linhas específicas para o pequeno negócio (28%), seguida da mudança nos agentes financeiros, conforme (Figura 12).

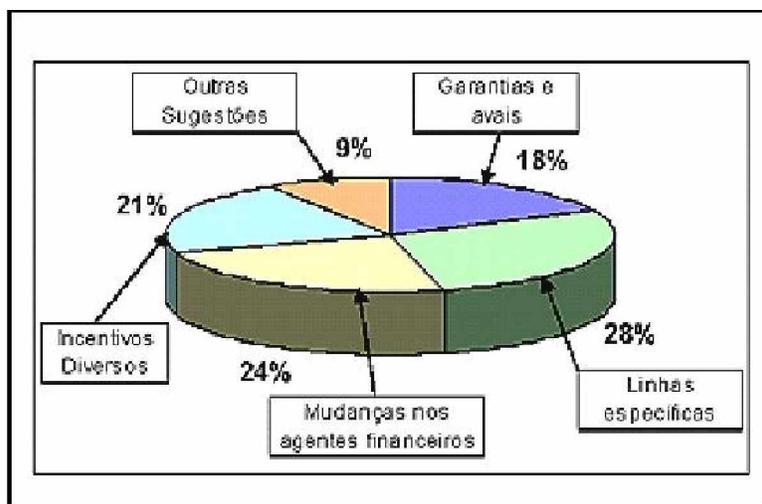


Figura 12: Acesso ao Crédito

Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

5.1.3 Acesso a Exportações

Segundo a Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex), o pequeno negócio responde por apenas 4% de tudo que é exportado pelo país. Em muitos casos, a exportação é incompatível com o sistema simplificado de tributação (Simples), prejudicando as empresas optantes pelo sistema. A busca de novos mercados, as promoções no exterior, a organização de consórcios, o acesso a informações do mercado externo, as linhas de financiamento, as parcerias com médias e grandes são providências bem-vindas.

Nos seminários regionais, a redução da burocracia aparece novamente no topo das sugestões, bem como as referências à necessidade de crédito facilitado denotados na (Figura 13).

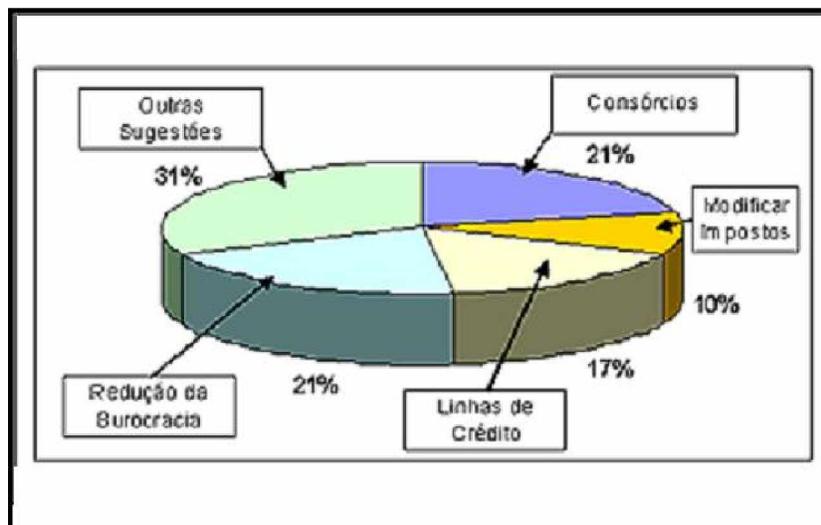


Figura 13: Como Aumentar as Exportações
 Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

5.1.4 Tributação Diferenciada por Regiões

Uma unanimidade nas mais diferentes regiões do País é a grande prioridade atribuída à questão tributária. Todos os grupos de trabalho colocaram o tema no topo das suas preocupações. Em resumo: 100% dos participantes apóiam mudanças na tributação, 100% reivindicam redução de impostos, 100% desejam sistema unificado de arrecadação e 100% querem ampliação dos segmentos para o Simples.

Segundo o Simples atual, existem limites de enquadramento, de faixas e alíquotas, e de quem pode ou não aderir. Existem outros sistemas de tributação, mais conhecidos, como o lucro presumido e o lucro real, e menos conhecidos, como imposto único, taxa única, ou mesmo de isenções. Isso sem contar um grande número de empresários na informalidade.

Quando perguntado aos grupos de trabalho quais deveriam ser as prioridades de mudanças na área de tributos, 54% dos participantes apontaram a unificação do sistema de tributação para a pequena empresa. Parcela significativa dos entrevistados (31%) sugeriu a diminuição de impostos ou mesmo a isenção total. E outros 15% pediram a extensão do Simples para outras atividades, principalmente serviços, conforme (Figura 14).

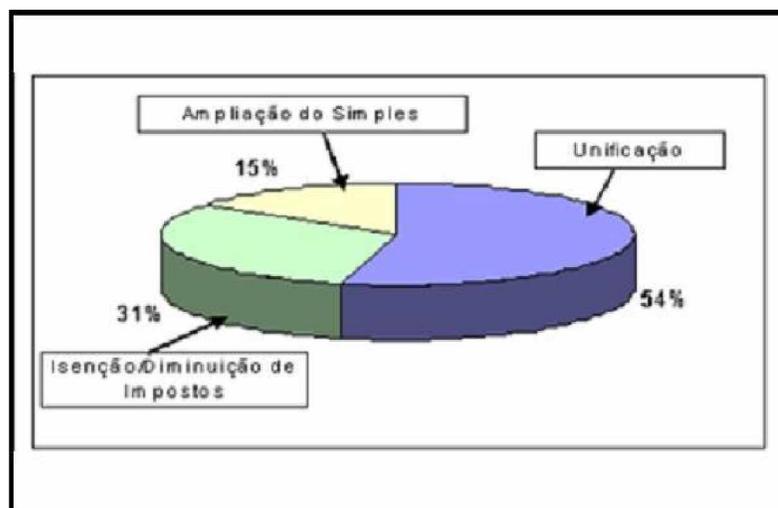


Figura 14: Sistema de Tributação para a Pequena Empresa
 Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

5.1.5 Política de Compras Governamentais de Acesso a Novos Mercados

A administração pública federal compra cerca de R\$ 15 bilhões por ano em bens e serviços. De acordo com estimativas, provavelmente as pequenas empresas só tenham 13% deste mercado, ainda que já representem metade das empresas no Sistema de Cadastro dos Fornecedores (Sicaf). Se adicionarmos as estatais e as administrações estaduais e municipais, há quem diga que são R\$ 200 bilhões por ano em aquisições públicas de bens e serviços. As compras preferenciais no local também têm sido amplamente discutidas como, por exemplo, a merenda escolar ser composta, sempre que possível, por produtos da região.

Quanto às sugestões para acesso a novos mercados, verificou-se entre os participantes em todo o Brasil uma distribuição entre os que querem a simplificação da burocracia (28%), o estabelecimento de cotas ou outros mecanismos de proteção (26%) e a oferta de mais informação (18%). O fator abertura de mercado é ressaltado pelos autores Kotler, Jain e Maesincee (2002), priorizando inclusive o uso da Internet como meio de acesso a compras e acesso a novos clientes, salientando que:

Na nova economia, a informação explode. Os dados podem ser reproduzidos, armazenados, transferidos, desmembrados e recombinados,

de várias maneiras. Na Internet, o espaço de “gôndola” é ilimitado. Os consumidores são capazes de visitar qualquer site. Empresas com recursos limitados conseguem atingir uma escala extraordinária, em muito pouco tempo (KOTLER; JAIN; MAESINCEE, 2002, p.11).

A (Figura 15) demonstra os itens que mais emperram o acesso a estes novos mercados.

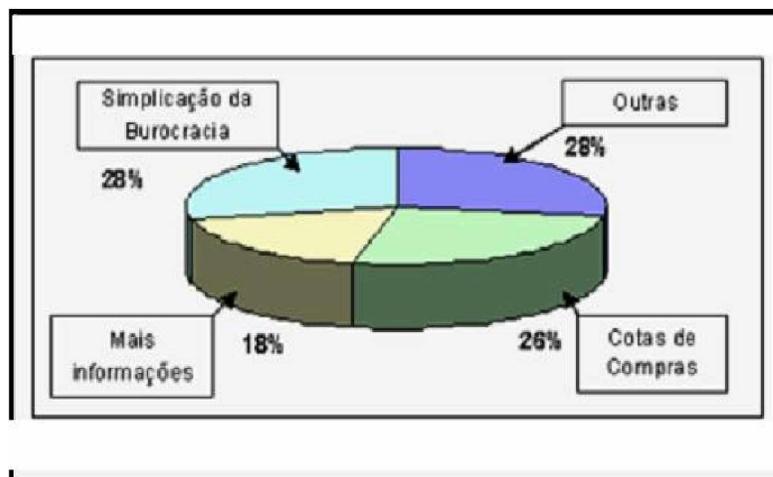


Figura 15: Como Ter Acesso a Novos mercados
Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

5.1.6 Acesso à Justiça

Também é consensual o desejo de que a Justiça seja mais rápida e eficaz. Os juizados especiais têm sido alternativa de justiça gratuita para as pequenas empresas em busca de soluções. Com o mesmo espírito, cresce a utilização das câmaras de mediação e arbitragem. Varas especializadas para o segmento no âmbito da Justiça estadual, distrital e federal também poderiam trazer bons resultados.

A maioria das sugestões se refere a juizados especiais e as câmaras de mediação. Outras sugestões (cartórios especiais, isenção de taxas) também foram apresentadas.

Em quase todos os grupos de trabalho, houve destaque para a necessidade de alterar as regras do Depósito Recursal. A sugestão predominante foi a de

eliminar-se o depósito, ou mesmo reduzi-lo para as pequenas empresas asseverado na (Figura 16).

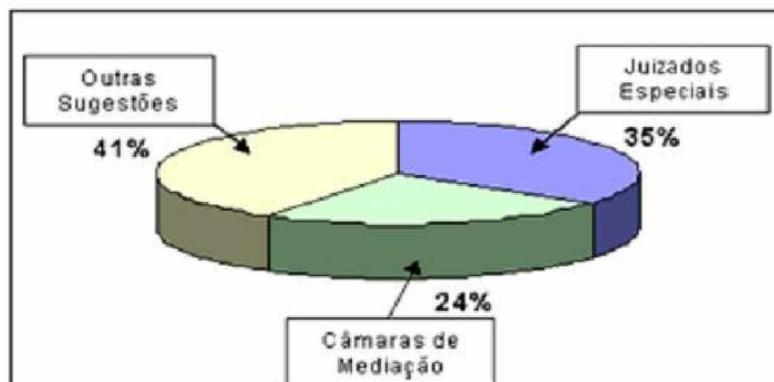


Figura 16: Como Ter Acesso a justiça
 Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

5.1.7 Padronização de Conceitos de Pequenas Empresas

São múltiplas as definições atualmente no Brasil para os conceitos de pequena empresa. A Lei do Simples Federal, por exemplo, define a microempresa e a empresa de pequeno porte de acordo com os limites máximos da receita anual de R\$ 120 mil / ano e R\$ 1,2 milhão / ano, respectivamente. Já segundo o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, entende-se por microempresa aquelas com faturamento de até R\$ 244 mil / ano. Perante os bancos as variações e diferenciações são maiores, como os do Proger (Fundo de Amparo ao Trabalhador, FAT) e as linhas de crédito do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Se analisadas as faixas para recolhimento de impostos e contribuições, também há variação, como no caso do Simples (entre 3% e 8,6% da receita).

Uma parte expressiva dos participantes (44%) pede uma padronização geral pelo faturamento ou usando os conceitos do Simples municipal, estadual e federal. Na (Figura 17), estão separados os que sugerem o faturamento dos que especificam que faixas de faturamento atuais são razoáveis. Somando as duas categorias, tem-se 72% que acham que a padronização deve ser feita pelo faturamento. O item misto significa uma combinação de faturamento, lucro e número de empregados. A

parte da regionalização se deve aos participantes das regiões Norte e Sul que gostariam que a padronização fosse regional.

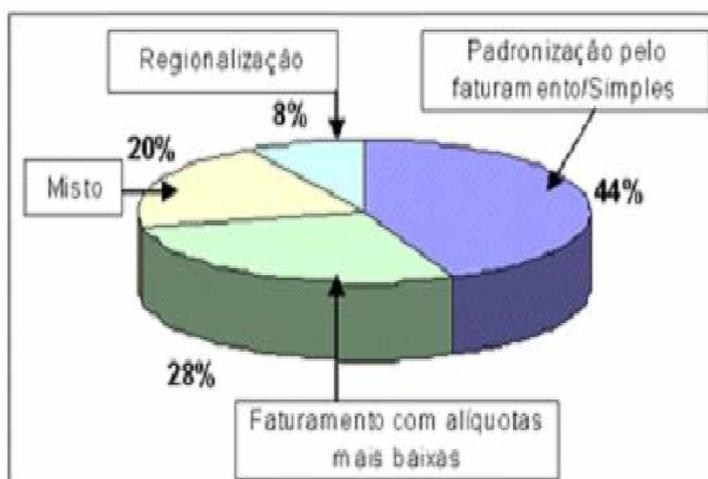


Figura 17: Critérios para Definição de Pequena Empresa
Fonte: Sebrae- Na (disponível em <http://www.sebrae.com.br>)

O conjunto dessas reivindicações por parte dos empreendedores de todo o Brasil proporcionou a promulgação de uma Lei Complementar de auxílio e regulamentação de políticas de tributação e apoio aos pequenos empreendimentos que, nortearão a partir de julho de 2007, início de sua vigência, uma nova realidade nacional, onde pequenos empreendedores terão acesso a vários pilares de sustentação na hora de idealizar o sonho da abertura de seu próprio negócio. Esses “pilares de sustentação” serão explicitados no Capítulo 6 em decorrência das políticas de incentivo determinadas pela Lei Complementar anteriormente citada.

6 A Lei Geral Complementar Nº 123 e a Recente Realidade Brasileira¹⁸

*Gigante pela própria natureza,
És belo, és forte, impávido colosso.
E o teu futuro espelha essa grandeza
Terra adorada,
Entre outras mil,
És tu Brasil,
Ó Pátria amada !
Dos filhos deste solo és mãe gentil,
Pátria amada,
Brasil !*

(Poesia: Joaquim Osório Duque Estrada, 1870);

(Música: Francisco Manuel da Silva, 1795).

A Lei Complementar Nº 123, DE 14 de Dezembro de 2006 decreta e sanciona entre outros benefícios as seguintes disposições preliminares em seu artigo 1º-do capítulo 1:

Art. 1º Esta Lei Complementar estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, especialmente no que se refere:

I – à apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante regime único de arrecadação, inclusive obrigações acessórias;

II – ao cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, inclusive obrigações acessórias;

III – ao acesso a crédito e ao mercado, inclusive quanto à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos Poderes Públicos, à tecnologia, ao associativismo e às regras de inclusão.

Delinear-se-ão a seguir, as principais resoluções outorgadas pela Lei Complementar nº 123 em consonância às reivindicações solicitadas pelos

¹⁸ Lei Complementar Nº. 123 de 14 de Dezembro de 2006: A íntegra da Lei está disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br>>.

empreendedores e órgãos de classe quanto aos itens: acesso à tecnologia, acesso ao crédito, acesso às exportações, tipos de tributação, compras governamentais, padronização de conceitos de pequenas empresas e, não menos importante, a política de incentivo à formação de novos empreendedores em ocasião da promulgação da Lei Complementar Nº 123.

6.1 Da Definição de Microempresa e de Empresa de Pequeno Porte

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte a sociedade empresária, a sociedade simples e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002, devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I – no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais);

II – no caso das empresas de pequeno porte, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

Art. 72. As microempresas e as empresas de pequeno porte, nos termos da legislação civil, acrescentarão à sua firma ou denominação as expressões “Microempresa” ou “Empresa de Pequeno Porte”, ou suas respectivas abreviações, “ME” ou “EPP”, conforme o caso, sendo facultativa a inclusão do objeto da sociedade.

6.1.1 Da Definição de Pequeno Empresário

Art. 68. Considera-se pequeno empresário, para efeito de aplicação do disposto nos arts. 970 e 1.179 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, o

empresário individual caracterizado como microempresa na forma desta Lei Complementar que aufera receita bruta anual de até R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais).

6.1.2 Principais Delimitações Quanto ao Conceito de MPE

Serão ampliados os limites de enquadramento, que serão respeitados por União, estados e municípios. Os limites de Receita Bruta Anual, serão: - ME: R\$ 240.000,00 - EPP: R\$ 2.400.000,00 No entanto, haverá diferenciações para estados e municípios, da seguinte forma: - Estados (e seus respectivos municípios) com participação em até 1% do PIB (11 estados RO, AC, RR, AP, TO, MA, PI, RN, PB, AL, SE) poderão adotar o limite de R\$ 1.200.000,00; - Estados (e seus respectivos municípios) com participação em até 5% do PIB (11 estados AM, PA, CE, PE, BA, ES, SC, MT, MS, GO e DF) poderão adotar o limite de R\$ 1.800.000,00; - Estados (e seus respectivos municípios) com participação acima de 5% do PIB (5 estados MG, RJ, SP, PR e RS) terão o limite de R\$ 2.400.000,00. Enfim, define o que é o empresário de ME e EPP no novo Código Civil. Desobriga as ME e EPP da realização de reuniões, assembléias e da publicação de atos da empresa, desburocratizando seu dia-a-dia.

6.2 Da inscrição e Baixa

Art. 4º Na elaboração de normas de sua competência, os órgãos e entidades envolvidos na abertura e fechamento de empresas, dos 3 (três) âmbitos de governo, deverão considerar a unicidade do processo de registro e de legalização de empresários e de pessoas jurídicas, para tanto devendo articular as competências próprias com aquelas dos demais membros, e buscar, em conjunto, compatibilizar e integrar procedimentos, de modo a evitar a duplicidade de exigências e garantir a linearidade do processo, da perspectiva do usuário.

Art. 5º Os órgãos e entidades envolvidos na abertura e fechamento de empresas, dos 3 (três) âmbitos de governo, no âmbito de suas atribuições, deverão

manter à disposição dos usuários, de forma presencial e pela rede mundial de computadores, informações, orientações e instrumentos, de forma integrada e consolidada, que permitam pesquisas prévias às etapas de registro ou inscrição, alteração e baixa de empresários e pessoas jurídicas, de modo a prover ao usuário certeza quanto à documentação exigível e quanto à viabilidade do registro ou inscrição.

Parágrafo único. As pesquisas prévias à elaboração de ato constitutivo ou de sua alteração deverão bastar a que o usuário seja informado pelos órgãos e entidades competentes:

I - da descrição oficial do endereço de seu interesse e da possibilidade de exercício da atividade desejada no local escolhido;

II - de todos os requisitos a serem cumpridos para obtenção de licenças de autorização de funcionamento, segundo a atividade pretendida, o porte, o grau de risco e a localização; e

III - da possibilidade de uso do nome empresarial de seu interesse.

Art. 6º Os requisitos de segurança sanitária, metrologia, controle ambiental e prevenção contra incêndios, para os fins de registro e legalização de empresários e pessoas jurídicas, deverão ser simplificados, racionalizados e uniformizados pelos órgãos envolvidos na abertura e fechamento de empresas, no âmbito de suas competências.

§ 1º Os órgãos e entidades envolvidos na abertura e fechamento de empresas que sejam responsáveis pela emissão de licenças e autorizações de funcionamento somente realizarão vistorias após o início de operação do estabelecimento, quando a atividade, por sua natureza, comportar grau de risco compatível com esse procedimento.

§ 2º Os órgãos e entidades competentes definirão, em 6 (seis) meses, contados da publicação desta Lei Complementar, as atividades cujo grau de risco seja considerado alto e que exigirão vistoria prévia.

Art. 7º Exceto nos casos em que o grau de risco da atividade seja considerado alto, os Municípios emitirão Alvará de Funcionamento Provisório, que

permitirá o início de operação do estabelecimento imediatamente após o ato de registro.

Art. 8º Será assegurado aos empresários entrada única de dados cadastrais e de documentos, resguardada a independência das bases de dados e observada a necessidade de informações por parte dos órgãos e entidades que as integrem.

Art. 9º O registro dos atos constitutivos, de suas alterações e extinções (baixas), referentes a empresários e pessoas jurídicas em qualquer órgão envolvido no registro empresarial e na abertura da empresa, dos 3 (três) âmbitos de governo, ocorrerá independentemente da regularidade de obrigações tributárias, previdenciárias ou trabalhistas, principais ou acessórias, do empresário, da sociedade, dos sócios, dos administradores ou de empresas de que participem, sem prejuízo das responsabilidades do empresário, dos sócios ou dos administradores por tais obrigações, apuradas antes ou após o ato de extinção.

6.2.1 Cadastro Unificado e Desburocratização na Abertura de Empresas

Está prevista a utilização de princípios expressos, oriundos do projeto do Redesim, que definam diretrizes objetivas para a implantação do cadastro unificado, entrada única de documentos, inexigência de vistorias prévias para atividades sem risco, dentre outros: A abertura da empresa será efetuada mediante registro simplificado dos seus atos constitutivos; A empresa terá apenas um único nº de identificação, baseado no CNPJ; A baixa da inscrição no CNPJ será de imediato por meio de requerimento acompanhado do ato de dissolução da empresa; MPE sem movimento há mais de 3 anos, poderão encerrar atividades independente do pagamento de taxas ou multas e, as baixas das MPEs poderão ser efetivadas imediatamente, independente de haver débito tributário. Nesse caso os sócios responderão por esses débitos.

6.3 Da instituição e Abrangência dos Tributos e Contribuições

Art. 12. Fica instituído o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional.

Art. 13. O Simples Nacional implica o recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, dos seguintes impostos e contribuições:

I – Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica - IRPJ;

II – Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;

III – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL;

IV – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;

V – Contribuição para o PIS / Pasep, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;

VI – Contribuição para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, de que trata o art. 22 da Lei no 8.212, de 24 de julho de 1991, exceto no caso das pessoas jurídicas que se dediquem às atividades de prestação de serviços previstas nos incisos XIII a XXVIII do § 1º e no § 2º do art. 17 desta Lei Complementar;

VII – Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS;

VIII – Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS.

§ 1º O recolhimento na forma deste artigo **não exclui** a incidência dos seguintes impostos ou contribuições, devidos na qualidade de contribuinte ou responsável, em relação aos quais será observada a legislação aplicável às demais pessoas jurídicas:

I – Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou Relativas a Títulos ou Valores Mobiliários - IOF;

II – Imposto sobre a Importação de Produtos Estrangeiros - II;

III – Imposto sobre a Exportação, para o Exterior, de Produtos Nacionais ou Nacionalizados - IE;

IV – Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural - IPTR;

V – Imposto de Renda, relativo aos rendimentos ou ganhos líquidos auferidos em aplicações de renda fixa ou variável;

VI – Imposto de Renda relativo aos ganhos de capital auferidos na alienação de bens do ativo permanente;

VII – Contribuição Provisória sobre Movimentação ou Transmissão de Valores e de Créditos e Direitos de Natureza Financeira - CPMF;

VIII – Contribuição para o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;

IX – Contribuição para manutenção da Seguridade Social, relativa ao trabalhador;

X – Contribuição para a Seguridade Social, relativa à pessoa do empresário, na qualidade de contribuinte individual;

XI – Imposto de Renda relativo aos pagamentos ou créditos efetuados pela pessoa jurídica a pessoas físicas;

XII – Contribuição para o PIS / Pasep, Cofins e IPI incidentes na importação de bens e serviços;

XIII – ICMS devido.

6.3.1 Diminuição e Simplificação da Carga Tributária

O Super Simples engloba contribuições, taxas e impostos federais (IRPJ, PIS, COFINS, IPI, CSL, INSS sobre folha de salários), estaduais (ICMS) e municipais (ISS), que serão recolhidos mensalmente a partir da mesma base de cálculo e de uma escrituração contábil e fiscal única. Reduz e simplifica o pagamento de tributos federais, estaduais e municipais. Há a proibição de opção por parte das atividades de serviços regulamentadas por lei, salvo algumas atividades importantes como, contabilidade, informática, consertos em geral, academias de dança e ginástica, escolas técnicas e de línguas, construção civil, dentre outros (cerca de 200 mil

novas empresas poderão optar). Foram mantidas as exceções já existentes, como lotéricas, escolas, creches, correios, etc. Os limites são os mesmos do item 6.1.2. Esses novos serviços terão tabelas de recolhimento diferenciadas e continuarão recolhendo o INSS patronal sobre a folha. As 3 primeiras faixas foram condensadas em uma só (0 a R\$ 120 mil).

6.3.2 Alíquotas Propostas na Lei Complementar

As alíquotas propostas na Lei Geral incorporam as melhores práticas do País. A redução na carga tributária, aliada à simplificação de procedimentos, servirá de estímulo para o crescimento das MES e EPP, além de reduzir a informalidade e incentivar o desenvolvimento da economia global. As novas alíquotas passam variar da seguinte forma:

- Comércio – 4% a 11,6% (já incluído o ICMS);
- Indústria – 4,5% a 12,1% (já incluído o ICMS);
- Serviços I – 6% a 17,4% (já incluído o ISS);
- Serviços II – 4,5% a 16,85% (já incluído o ISS) + 20% de INSS sobre a folha;
- Serviços III – 6% a 18,5% (já incluído o ISS) + 20% de INSS sobre a folha.

A redução média estimada para quem já é optante pelo Simples é da ordem de 20% e para quem não é pode chegar a 45%.

6.4 Do Acesso aos Mercados: Licitações Públicas e Associativismo

Art. 42. Nas licitações públicas, a comprovação de regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de assinatura do contrato.

Art. 43. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação

exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

§ 1º Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 2 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

6.4.1 Do Associativismo: Incentivo às Exportações

Art. 56. As microempresas ou as empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional poderão realizar negócios de compra e venda, de bens e serviços, para os mercados nacional e internacional, por meio de consórcio, por prazo indeterminado, nos termos e condições estabelecidos pelo Poder Executivo federal.

§ 1º O consórcio de que trata o caput deste artigo será composto exclusivamente por microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional.

§ 2º O consórcio referido no caput deste artigo destinar-se-á ao aumento de competitividade e a sua inserção em novos mercados internos e externos, por meio de ganhos de escala, redução de custos, gestão estratégica, maior capacitação, acesso a crédito e a novas tecnologias.

6.4.2 Principais Benefícios das Medidas

Previsão de criação do Consórcio Simples para ME e EPP, por prazo indeterminado. Necessita de regulamentação quase que total por parte do Executivo. Não haverá mais incidência de impostos sobre as receitas de exportações realizadas por ME e EPP, tornando essas empresas mais competitivas, em relação às médias e grandes exportadoras.

6.5 Estímulo ao Crédito e Capitalização

Art. 57. O Poder Executivo federal proporá, sempre que necessário, medidas no sentido de melhorar o acesso das microempresas e empresas de pequeno porte aos mercados de crédito e de capitais, objetivando a redução do custo de transação, a elevação da eficiência alocativa, o incentivo ao ambiente concorrencial e a qualidade do conjunto informacional, em especial o acesso e portabilidade das informações cadastrais relativas ao crédito.

Art. 58. Os bancos comerciais públicos e os bancos múltiplos públicos com carteira comercial e a Caixa Econômica Federal manterão linhas de crédito específicas para as microempresas e para as empresas de pequeno porte, devendo o montante disponível e suas condições de acesso ser expressos nos respectivos orçamentos e amplamente divulgadas.

Parágrafo único. As instituições mencionadas no caput deste artigo deverão publicar, juntamente com os respectivos balanços, relatório circunstanciado dos recursos alocados às linhas de crédito referidas no caput deste artigo e àqueles efetivamente utilizados, consignando, obrigatoriamente, as justificativas do desempenho alcançado.

Art. 59. As instituições referidas no caput do art. 58 desta Lei Complementar devem se articular com as respectivas entidades de apoio e representação das microempresas e empresas de pequeno porte, no sentido de proporcionar e desenvolver programas de treinamento, desenvolvimento gerencial e capacitação tecnológica.

Art. 61. Para fins de apoio creditício às operações de comércio exterior das microempresas e das empresas de pequeno porte, serão utilizados os parâmetros de enquadramento ou outros instrumentos de alta significância para as microempresas, empresas de pequeno porte exportadoras segundo o porte de empresas, aprovados pelo Mercado Comum do Sul - MERCOSUL.

6.5.1 Benefícios: Estímulo ao Crédito e Compras Governamentais

Cooperativas de crédito das quais participem ME e EPP terão direto acesso a recursos do FAT, o que barateará os financiamentos e fortalecerá o setor. Linhas de crédito específicas para o segmento. Prevê a portabilidade das informações cadastrais da empresa em caso de mudança de banco. No tocante às compras governamentais, fixa o limite preferencial de R\$ 80.000,00 para compras de ME e EPP, sempre que houver empresas desse porte em condições de fornecer a preços competitivos. Prevê, ainda, a simplificação na participação em licitações e o fornecimento parcial de grandes lotes, ressalvada a exigência de lei local para que se utilizem tais mecanismos. Por fim, prevê a negociação do empenho com bancos.

6.6 Do Estímulo à Inovação

Art. 64. Para os efeitos desta Lei Complementar considera-se:

I – inovação: a concepção de um novo produto ou processo de fabricação, bem como a agregação de novas funcionalidades ou características ao produto ou processo que implique melhorias incrementais e efetivo ganho de qualidade ou produtividade, resultando em maior competitividade no mercado;

II - agência de fomento: órgão ou instituição de natureza pública ou privada que tenha entre os seus objetivos o financiamento de ações que visem a estimular e promover o desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da inovação;

III - Instituição Científica e Tecnológica - ICT: órgão ou entidade da administração pública que tenha por missão institucional, dentre outras, executar atividades de pesquisa básica ou aplicada de caráter científico ou tecnológico;

IV - núcleo de inovação tecnológica: núcleo ou órgão constituído por uma ou mais ICT com a finalidade de gerir sua política de inovação;

V - instituição de apoio: instituições criadas sob o amparo da Lei no 8.958, de 20 de dezembro de 1994, com a finalidade de dar apoio a projetos de pesquisa, ensino e extensão e de desenvolvimento institucional, científico e tecnológico.

6.6.1 Do Apoio à Inovação

Art. 65. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, e as respectivas agências de fomento, as ICT, os núcleos de inovação tecnológica e as instituições de apoio manterão programas específicos para as microempresas e para as empresas de pequeno porte, inclusive quando estas revestirem a forma de incubadoras, observando-se o seguinte:

I – as condições de acesso serão diferenciadas, favorecidas e simplificadas;

II – o montante disponível e suas condições de acesso deverão ser expressos nos respectivos orçamentos e amplamente divulgados.

§ 1º As instituições deverão publicar, juntamente com as respectivas prestações de contas, relatório circunstanciado das estratégias para maximização da participação do segmento, assim como dos recursos alocados às ações referidas no caput deste artigo e aqueles efetivamente utilizados, consignando, obrigatoriamente, as justificativas do desempenho alcançado no período.

§ 2º As pessoas jurídicas referidas no caput deste artigo terão por meta a aplicação de, no mínimo, 20% (vinte por cento) dos recursos destinados à inovação para o desenvolvimento de tal atividade nas microempresas ou nas empresas de pequeno porte.

§ 3º Os órgãos e entidades integrantes da administração pública federal atuantes em pesquisa, desenvolvimento ou capacitação tecnológica terão por meta efetivar suas aplicações, no percentual mínimo fixado no § 2º deste artigo, em programas e projetos de apoio às microempresas ou às empresas de pequeno porte, transmitindo ao Ministério da Ciência e Tecnologia, no primeiro trimestre de cada ano, informação relativa aos valores alocados e a respectiva relação percentual em relação ao total dos recursos destinados para esse fim.

§ 4º Fica o Ministério da Fazenda autorizado a reduzir a zero a alíquota do IPI, da Cofins e da Contribuição para o PIS / Pasep incidentes na aquisição de equipamentos, máquinas, aparelhos, instrumentos, acessórios sobressalentes e ferramentas que os acompanhem, adquiridos por microempresas ou empresas de

pequeno porte que atuem no setor de inovação tecnológica, na forma definida em regulamento.

Art. 66. No primeiro trimestre do ano subsequente, os órgãos e entidades a que alude o art. 67 desta Lei Complementar transmitirão ao Ministério da Ciência e Tecnologia relatório circunstanciado dos projetos realizados, compreendendo a análise do desempenho alcançado.

Art. 67. Os órgãos congêneres ao Ministério da Ciência e Tecnologia estaduais e municipais deverão elaborar e divulgar relatório anual indicando o valor dos recursos recebidos, inclusive por transferência de terceiros, que foram aplicados diretamente ou por organizações vinculadas, por Fundos Setoriais e outros, no segmento das microempresas e empresas de pequeno porte, retratando e avaliando os resultados obtidos e indicando as previsões de ações e metas para ampliação de sua participação no exercício seguinte.

6.6.2 Importância dos Dispositivos de Incentivo a Inovação

Apesar de ainda não concretizadas, as iniciativas poderão gerar inúmeros benefícios nas duas próximas décadas aos milhares de empreendedores brasileiros que poderão contar com 20% dos recursos de tecnologia de todos os órgão e entidades que serão destinados às ME e EPP. Ainda são propostas políticas de fomento ao desenvolvimento tecnológico de ME e EPP. Outro benefício é a autorização do Ministério da Fazenda a zerar as alíquotas do IPI, da Cofins e do PIS / Pasep, reduzindo custos e incentivando novos empreendedores.

6.7 Do Acesso à Justiça

Art. 74. Aplica-se às microempresas e às empresas de pequeno porte de que trata esta Lei Complementar o disposto no § 1o do art. 8o da Lei no 9.099, de 26 de setembro de 1995, e no inciso I do caput do art. 6o da Lei no 10.259, de 12 de julho de 2001, as quais, assim como as pessoas físicas capazes, passam a ser admitidas

como proponentes de ação perante o Juizado Especial, excluídos os cessionários de direito de pessoas jurídicas.

6.7.1 Da Conciliação Prévia, Mediação e Arbitragem

Art. 75. As microempresas e empresas de pequeno porte deverão ser estimuladas a utilizar os institutos de conciliação prévia, mediação e arbitragem para solução dos seus conflitos.

§ 1º Serão reconhecidos de pleno direito os acordos celebrados no âmbito das comissões de conciliação prévia.

§ 2º O estímulo a que se refere o caput deste artigo compreenderá campanhas de divulgação, serviços de esclarecimento e tratamento diferenciado, simplificado e favorecido no tocante aos custos administrativos e honorários cobrados.

6.7.2 Benefícios Concretos

Faculta o uso dos Juizados Especiais Cíveis e Federais às MES e EPP. Fomenta a utilização dos institutos de conciliação prévia, mediação e arbitragem para solução de conflitos das MES e EPP.

6.8 Do Apoio e da Representação

Art. 76. Para o cumprimento do disposto nesta Lei Complementar, bem como para desenvolver e acompanhar políticas públicas voltadas às microempresas e empresas de pequeno porte, o poder público, em consonância com o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, sob a coordenação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, deverá incentivar e apoiar a criação de fóruns com participação dos órgãos públicos competentes e das entidades vinculadas ao setor.

Parágrafo único. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior coordenará com as entidades representativas das microempresas e empresas de pequeno porte a implementação dos fóruns regionais nas unidades da federação.

6.9 Principais Considerações com Referência à Lei Complementar Nº 123

Toda a sociedade ganha com a consolidação das Leis em uma só. As mudanças propostas as MPES passarão a desempenhar um papel chave no desenvolvimento sócio-econômico e cultural no Brasil, alavancando questões prioritárias da agenda nacional, tais como:

- Redução da informalidade e fortalecimento do tecido social e econômico do país;
- Combate à pobreza pela geração de trabalho, emprego e melhor distribuição da renda;
- Interiorização do desenvolvimento pela promoção do desenvolvimento local e dos arranjos produtivos;
- Incremento da atividade produtiva nacional, com conseqüente ampliação de oportunidades e da base de arrecadação de impostos; e
- Simplificação, desburocratização e justiça fiscal, os grandes pilares e objetivos visados pela proposta de Reforma Tributária.

A delimitação da Lei Complementar Nº 123 de 14 de dezembro de 2006 passará a vigorar em sua plenitude a partir de 01 de julho de 2007. Entretanto, no anexo I deste trabalho está delineada toda a sua íntegra para os quais se interessarem possa.

7 Considerações Finais

Buscou-se com a elaboração desse trabalho, comprovar estatisticamente a importância do comportamento empreendedor eficaz como fator vital para sobrevivência de um novo empreendimento. Com respeito às empresas registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo, entre 1999 e 2003, verificou-se que a taxa de mortalidade é de 29% para empresas até um ano, 42% para empresas até dois anos, 53% para empresas até três anos e 56% para empresas até quatro e cinco anos. Levando em consideração os dados levantados nesta pesquisa, verificou-se que, apenas no Estado de São Paulo, entre 1990 e 2004, foram abertas mais de 2 milhões de empresas, porém, foram fechadas cerca de 1,3 milhão no mesmo período. Concomitantemente, através de estatísticas anteriores, procurou-se demonstrar a pequena tendência de melhora na sobrevivência das MPES. Porém, essa queda tem sido evidenciada com mais clareza apenas no grupo das empresas com até cinco anos. No rastreamento realizado em 2000, a taxa de mortalidade das empresas com até cinco anos foi de 71%. Essa taxa apresentou uma queda para 60% no rastreamento de 2002 e para 56% no último rastreamento em 2004. No último rastreamento, verificou-se também certa estabilidade na taxa de mortalidade a partir do terceiro ano de atividade.

A melhora na taxa de mortalidade de empresas até cinco anos parece estar associada ao fato destas terem sido beneficiadas por uma série de ações em favor dos pequenos negócios, que vêm sendo adotadas nos últimos anos, tais como: instituição do Estatuto específico para o segmento; criação e ampliação de regimes de impostos simplificados e favoráveis às micro e pequenas empresas, nos âmbitos federal, estadual e municipal; maior disponibilidade de financiamento e micro-crédito; e maior esforço das entidades de apoio aos pequenos negócios em termos de capacitação dos empreendedores.

Constatou-se que no grupo específico das empresas que são clientes do SEBRAE-SP a taxa de mortalidade para empresas com até cinco anos de atividade é de 30%, quase a metade da média das empresas registradas na JUCESP (56%).

Possibilitou sintetizar os principais requisitos na formação de um empreendedor, exemplificando e enumerando as possíveis causas e efeitos

contextualizados em seu perfil e os dados apontados por pesquisas elaboradas pelo órgão SEBRAE-SP que, comprovadamente, ocasionaram margem ao “fantasma” da mortalidade das MPES no Estado de São Paulo em detrimento à total inobservância por seus proprietários-empresendedores. Para que esse quadro possa ser melhorado, é necessário aprofundar as ações de apoio aos pequenos negócios, na direção dos pontos principais constatados como as causas da mortalidade:

a) Incentivo ao Comportamento empreendedor em Instituições de ensino:

Ampliar os esforços voltados para estimular o comportamento empreendedor nos cidadãos, por meio de inovações nos processos de formação escolar, com a inserção de disciplinas específicas de empreendedorismo na grade curricular das escolas de primeiro e segundo grau e nas Universidades. Progressivamente, noções de empreendedorismo podem ser inseridas no processo de escolarização das crianças, adolescentes e adultos, nas escolas públicas (estaduais e municipais) e nas escolas privadas, visando desenvolver nos estudantes não apenas os conhecimentos básicos relacionados a gestão de negócio mas, principalmente, estimular o desenvolvimento de valores, habilidades e atitudes empreendedoras. Trata-se de ampliar os horizontes dos estudantes, viabilizando a possibilidade de se tornarem empreendedores bem sucedidos.

b) Incentivo à inserção do empreendedorismo na cultura Organizacional:

Incentivar o empreendedorismo como cultura interna, extensiva também aos colaboradores, estimulando a descentralização das responsabilidades com a delegação de parte das atividades controladas aos funcionários, em busca de uma maior divisão de trabalho entre todos os colaboradores presentes no negócio, objetivando criar culturas de criação e inovação de processos, métodos e produtos. Essa trajetória possibilitará tempo extra ao proprietário-empresendedor para melhor planejar e desenvolver seus negócios, possibilitando-lhe tempo para uma visão holística e a tomada de decisões mais urgentes.

c) Deficiências no planejamento antes da abertura do negócio:

No tocante à capacitação profissional, ao conhecimento e às habilidades salientaram-se a importância de uma formação educacional / cultural anterior à abertura do empreendimento. Procurou-se salientar a relevância do planejamento prévio e seus riscos, além da gestão empresarial na busca de inovações para

aprimoramento de produtos e serviços, requisitos imprescindíveis e pertinentes à função empreendedora. Estimular aqueles que já decidiram abrir o seu próprio negócio, mas que ainda não o fizeram, a realizarem o planejamento do mesmo, antes da sua abertura, por exemplo, a partir da elaboração de um plano de negócio. Este último trata-se de instrumento de apoio que permite sistematizar amplo conjunto de variáveis relevantes sobre o negócio, possibilitando prever problemas e ou gargalos sobre os quais é possível definir ações preventivas ou que permitam antecipar soluções, ampliando as chances de sucesso do negócio.

d) Deficiências na gestão empresarial, após a abertura do negócio:

Promover um esforço de capacitação em gestão empresarial entre aqueles que já constituíram o seu negócio. São itens imprescindíveis na gestão empresarial: atenção sistemática ao aprimoramento de produtos e serviços, de acordo com evolução do gosto dos clientes; identificação da melhor estratégia de comunicação com o público-alvo do negócio; o monitoramento sistemático do fluxo de receitas e despesas; a administração adequada do saldo de caixa; o controle detalhado dos custos dos produtos e serviços oferecidos; a adequada precificação dos mesmos; a busca por apoio profissional quando aparecerem problemas de difícil solução; etc.

e) Políticas insuficientes de apoio às empresas:

Buscou-se também, esquadrihar o papel importante do apoio de entidades de classe e órgãos governamentais em auxílio a pequenos negócios, tendo em vista que o segmento atingiu o patamar de 99% do total do contexto mercadológico brasileiro. Não menos importante é a divulgação de fontes existentes de assistência administrativo-financeira continuada, com treinamentos periódicos que possibilitem desenvolver a capacidade e criatividade dos empreendedores, independentemente de cargo ou função, com o intuito de gerar o equilíbrio empresarial. Ampliar os instrumentos e as políticas de apoio aos pequenos negócios, em especial àqueles direcionados aos de menor porte e mais recentes, por meio de ações que reduzam o peso dos impostos e dos encargos, a burocracia, maior acessibilidade ao crédito e à ampliação de mercados. São exemplos de ações que podem ser aprofundadas:

- Maior simplificação do sistema de impostos (ex. unificação do recolhimento dos impostos federais, estaduais e municipais);
- Eliminação das restrições à adesão ao SIMPLES (principalmente o setor de serviços);
- Política de compras governamentais para MPES;
- Mecanismos que facilitem e estimulem as exportações das MPES;
- Política de crédito com linhas específicas para pequenas empresas (ex. candidatos a abrir uma empresa, empresas recém-abertas, empresas já consolidadas e micro-crédito para empreendimentos de micro-porte); e
- Desburocratização e redução dos custos de abertura de um novo negócio.

f) Conjuntura econômica retraída:

Procurar reduzir o impacto negativo de políticas econômicas que levam à desaceleração da economia e buscar o crescimento contínuo e moderado da economia permitirão maior previsibilidade dos negócios, sem abrir mão do controle da inflação, mantendo esta última em patamares reduzidos. Apurou-se que a causa deste impacto foi gerada pelo baixo índice de investimento no país no período entre 1997 a 2006. O crescimento mais robusto e sustentado só irá ocorrer com substancial elevação da taxa de investimento, atualmente em 20% do PIB¹⁹, não apenas porque o investimento é o meio de incorporação de novas tecnologias, como também, aumenta diretamente a capacidade produtiva. Aumentar o investimento exige ações em duas direções: [...] “melhorar a eficiência do Estado – com redução do gasto corrente e de carga tributária – e estimular o investimento privado”. (Flavio Castelo Branco: In Revista Indústria Brasileira: Conjuntura Econômica, 2007, ano 3, nº 71, pg. 38). Só assim será possível criar as condições para a produtividade global da economia.

Quantificou-se também, através de pesquisas embasadas pelos órgãos SEBRAE, FIESP, CNI e IBGE, entre outros, o custo social da mortalidade das MPES

¹⁹PIB: Produto Interno Bruto Brasileiro: faz referência ao total de bens e serviços produzidos por uma nação, geralmente em um período anual. Mede o crescimento produtivo alcançado em relação à anos anteriores.

do Estado de São Paulo em detrimento à falta de empreendedorismo, demonstrando as perdas proporcionadas para empreendedores, cofres públicos e sociedade, onde, a cada ano, estima-se que a mortalidade de empresas paulistas causa para a sociedade uma perda de 281 mil ocupações e uma perda de R\$ 15,6 bilhões em capital investido, faturamento e evasão de impostos.

Contextualizando, foram citadas as principais reivindicações dos empreendedores e classes de apoio às pequenas empresas, entre elas: acesso à tecnologia, acesso ao crédito, acesso à justiça, acesso a compras governamentais, acesso a novos mercados, carga tributária diferenciada por regiões e padronização de conceitos. Concomitantemente às reivindicações, foram delimitadas e delineadas as mudanças proporcionadas pela Lei Complementar Nº 123, de 14 de dezembro de 2006 que, passará a vigorar em julho de 2007, bem como os principais benefícios e disposições englobados.

Não obstante os horizontes delimitados na conclusão deste trabalho e levando-se em conta a importância e amplitude do tema, principalmente como fator de uma possível reestruturação da economia nacional, poder-se-á futuramente, ser alvo de novos trabalhos acadêmicos com intuito de continuidade na carreira acadêmica e prosperidade profissional.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

_____. _____. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **Informação e Documentação – Referências – Elaboração**. Rio de Janeiro: NBR 6023: 2002.

_____. **Informação e documentação – Citação em documentos - Apresentação**. Rio de Janeiro: NBR 10520: 2002.

_____. **Informação e Documentação – Numeração progressiva das seções de um documento escrito – Apresentação**. Rio de Janeiro: NBR 6024: 2003.

_____. **Informação e documentação – Sumário - Apresentação**. Rio de Janeiro: NBR 6027: 2003.

_____. **Informação e documentação – Resumo - Apresentação**. Rio de Janeiro: NBR 6028: 2003.

_____. **Normatização da documentação no Brasil**. Rio de Janeiro: NBR 14724: 2005.

BEDÊ, A. Marcos (Coordenador). **Sobrevivência e Mortalidade das Empresas Paulistas de 1 a 5 anos**. São Paulo: SEBRAE, 2005.

CERVO, Luiz Amado; BERVIAN Alcino Pedro. **Metodologia Científica**. São Paulo, Prentice Hall, 2002.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial** (com colaboração de Álvaro Araújo de Mello). São Paulo: Makron Books, 1989.

DEMASI Domenico, **Desenvolvimento sem trabalho**. 3ª edição. (tradução Eugênia Deheinzelin) – São Paulo: Editora Esfera, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DRUCKER, F. Peter. **Inovação e espírito empreendedor.** São Paulo: Pioneira, 1987.

FLEURY, Maria Tereza Leme. **Cultura e Poder nas Organizações.** São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

_____. _____. São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

GIFFORD, III Pinchot. **IINTRAPRENEURING: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor.** (Tradução de Nilvaldo Montingelli Jr.). São Paulo: Harbra, 1989.

KOTLER, Philip; JAIN, C. Dipak; MAESINCEE, Suvit. **Marketing e ação: uma nova abordagem para lucrar, crescer e reinventar.** (tradução de Afonso Celso Da Cunha Serra). Rio de Janeiro: Campus, 2002.

IBGE (2003), **Estatísticas do cadastro central de empresas 2001.** Comunicação Social de 22/09/03, Disponível em: <[http:// www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 22 de dezembro 2006.

IMPARATO, Nicholas; HARARI, Oren. **A Grande Virada: Inovação e escolha estratégica em uma era de transição.** Rio de Janeiro: Campus, 1997.

JORNAL COMARCA DE GARÇA. Garça, ano 72, publicação nº 9.473 de 02 de março 2007.

LONGENECKER, G. Justin; MOORE, W. Carlos; PETTY, J. Willian. **Administração de Pequenas Empresas.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1997.

MCGREGOR, Douglas. **O Lado Humano da Empresa.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MEDEIROS, Adelino José; MEDEIROS, A. Lucília. **Incubadoras Tecnológicas: guia do empreendedor**. SEBRAE, 1993.

PEREIRA, Heitor Jose; SANTOS, A. Silvio. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Brasília: SEBRAE, 1995.

REVISTA SISTEMA INDÚSTRIA. **IN INDÚSTRIA BRASILEIRA: Em busca de um consenso para a economia avançar**. São Paulo, ano 7, nº.71, janeiro de 2007.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência de estudos**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3 ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

VELOSO, Elza; TREVISAN, Leonardo. **Produtividade e Ambiente de trabalho: gestão de pessoas e carreiras**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.