

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA**

MIGUEL ÂNGELO BATISTA DOS SANTOS

**FUNDAMENTOS ECONÔMICOS DA POLÍTICA DE APOIO E DE FOMENTO A
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
UM ESTUDO APLICADO AO CASO DA ATUAÇÃO DO SEBRAE/MS NO
PERÍODO DE 1990-2008**

Porto Alegre

2012

MIGUEL ÂNGELO BATISTA DOS SANTOS

**FUNDAMENTOS ECONÔMICOS DA POLÍTICA DE APOIO E DE FOMENTO A
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
UM ESTUDO APLICADO AO CASO DA ATUAÇÃO DO SEBRAE/MS NO
PERÍODO DE 1990-2008**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Economia, com ênfase em Economia do Desenvolvimento.

Orientador: Prof. Dr. Hélio Henkin

Porto Alegre

2012

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Responsável: Biblioteca Gládis Wiebelling do Amaral, Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS

S237f Santos, Miguel Ângelo Batista dos
Fundamentos econômicos e o impacto da política de fomento a micro e pequenas empresas : um estudo aplicado ao caso da atuação do SEBRAE/MS no período de 1990-2008 / Miguel Ângelo Batista dos Santos. – Porto Alegre, 2012.
144 f. : il.

Orientador: Hélio Henkin.

Ênfase em Economia do Desenvolvimento.

Tese (Doutorado em Economia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia, Porto Alegre, 2012.

1. Micro e pequenas empresas. 2. Políticas públicas. 3. Desenvolvimento econômico : Mato Grosso do Sul. 4. Gestão estratégica. I. Henkin, Hélio. II. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Ciências Econômicas. Programa de Pós-Graduação em Economia. III. Título.

CDU 658.016

MIGUEL ÂNGELO BATISTA DOS SANTOS

**FUNDAMENTOS ECONÔMICOS DA POLÍTICA DE APOIO E DE FOMENTO A
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
UM ESTUDO APLICADO AO CASO DA ATUAÇÃO DO SEBRAE/MS NO
PERÍODO DE 1990-2008**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Economia, com ênfase em Economia do Desenvolvimento.

Orientador: Prof. Dr. Hélio Henkin

Aprovada em: Porto Alegre, 21 de junho de 2012.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dr^a. Adriana Kirchof de Brum
Universidade Federal da Grande Dourados - UFGD

Prof^a. Dr^a. Marisa Ignez dos Santos Rhoden
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Prof. Dr. Ricardo Dathein
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Dedico esta tese a minha esposa, Rosimeire Martís Régis dos Santos, por todo apoio, amor, compreensão e pela companhia ao longo da trajetória que me levou à concretização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me proporcionar a vida,
Aos meus pais, pela dedicação e educação,
A minha esposa, Rosimeire Martins, pelo zelo, compreensão, torcida e carinho.
À Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
À Coordenação do Curso de Pós-Graduação e todo pessoal de apoio,
Ao Orientador Prof. Dr. Hélio Henkin,
pelo acompanhamento e orientações desta pesquisa.
A todos os Professores do Curso de Pós-graduação
À Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul,
pela oportunidade e valorização profissional disponibilizada.
Às empresas que se prontificaram a fornecer informações úteis à pesquisa.
A todos que direta ou indiretamente
contribuíram para a realização
desta pesquisa.

RESUMO

Esta pesquisa visa analisar a política de apoio e de fomento as Micro e Pequenas Empresas no estado de Mato Grosso do Sul, tendo como referência a atuação do SEBRAE/MS no período de 1990 a 2008, através da percepção dos empresários analisados. A pesquisa parte da informação de que o índice de mortalidade das pequenas e micro empresas é de 56% antes de completarem cinco anos de atividades (SEBRAE, 2007). Trata-se de uma informação preocupante, pois, segundo o SEBRAE (2007), as Micro e Pequenas Empresas constituem 99% do número de empresas formalmente estabelecidas no país, responsável por 60% dos empregos gerados, contribuindo com mais de 50% dos salários, e por 20% de participação no Produto Interno Bruto do país. A questão principal a ser investigada é se estas políticas acontecem de forma eficiente e quais as ações tomadas por estas empresas para se manterem no mercado. Para identificar a percepção dos micro e pequenos empresários sobre a contribuição das políticas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS, assim como, suas ações tomadas diante das dificuldades enfrentadas, foram realizadas entrevistas e questionários dirigidos a várias empresas. Foi detectado que apenas uma das 24 empresas que aceitaram em participar da pesquisa, demonstrou estar satisfeita com os serviços prestados pelo SEBRAE/MS. Das 24 empresas analisadas, 14 utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS e outras 10, não utilizaram. A metodologia utilizada foi de caráter exploratório, com abordagem qualitativa, utilizando a técnica de análise de discurso. Com base nas teorias utilizadas e nas informações obtidas das entrevistas e questionários, a pesquisa evidenciou que esta insatisfação não é proveniente da existência de alguma ineficiência do SEBRAE/MS, relacionado à falta de conhecimento técnico, e sim, da dificuldade do SEBRAE/MS em atender a ansiedade dos empresários pesquisados em obter respostas prontas e imediatas diante das dificuldades que enfrentam. Isto acontece devido à variedade e o volume de atividades existentes dentro destas empresas, mesmo de micro e pequeno porte, que induzem o micro e pequeno empresário ter uma organização e controle não muito eficiente de sua empresa. Quanto mais organizada e controlada, maior a possibilidade de uma empresa deste porte conseguir definir e melhor aproveitar os serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS em comparação com aquelas cuja organização e controle são deficientes.

Palavras chaves: Micro e pequenas empresas. Políticas de apoio e de fomento.

ABSTRACT

This research aims to analyze the political support and encouragement Micro and Small Enterprises in the state of Mato Grosso do Sul, with reference to the performance of SEBRAE / MS in the period 1990 to 2008, through the perception of entrepreneurs analyzed. The research is part of the important information that the mortality rate of small and micro enterprises is 56% before reaching five years of activities (SEBRAE, 2007). It is a troubling information because, according SEBRAE (2007), the Micro and Small Enterprises constitute 99% of the number of companies formally established in the country, accounting for 60% of jobs, contributing over 50% of salaries , and 20% share of the GDP of the country. The main question to be investigated is whether these policies occur efficiently and that the actions taken by these companies to stay in the market. To identify the perceptions of micro and small entrepreneurs on the contribution of political support and encouragement of SEBRAE / MS, as well as their actions taken in the face of difficulties, we conducted interviews and questionnaires to various companies. It was found that only one of 24 companies that agreed to participate in the study, proved to be satisfied with the services provided by SEBRAE / MS. Of the 24 companies surveyed, 14 use or have used the services of SEBRAE / MS and 10 others, did not. The methodology was exploratory in nature, with a qualitative approach, using the technique of discourse analysis. Based on the theories used and the information obtained from interviews and questionnaires, the survey showed that this dissatisfaction is not from the existence of some inefficiency SEBRAE / MS, related to lack of technical knowledge, but rather the difficulty of SEBRAE / MS address the anxiety of businessmen surveyed in getting immediate answers and the difficulties you face. This is due to the variety and volume of existing activities within these businesses, even micro and small, which leads to micro and small business to have an organization and not very efficient control of your company. The more organized and controlled, the greater the possibility of a company this size get set and enjoy the best support services and promotion of SEBRAE / MS compared with those whose organization and control are disabled.

Keywords: Micro and small business. Policy support and encouragement.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – O fluxo de caixa como um sistema aberto interagindo com seu meio ambiente.....	21
Figura 2 – A empresa (ambiente interno) e as influências do meio em que está inserida (ambiente externo).....	23
Figura 3 – Categorias e Subcategorias do objeto de estudo.....	85
Gráfico 1 – Crédito ao setor privado / PIB Países selecionados entre os anos de 1995 e 2000.....	59
Gráfico 2 – Proporção de Micro e Pequenas Empresas contatadas que aceitaram realizar entrevista e que não aceitaram realizar entrevista.....	93
Gráfico 3 – Proporção de Micro e Pequenas Empresas com atividades encerradas no momento da entrevista e em atividades no momento da entrevista.....	94
Gráfico 4 – Proporção de Micro e Pequenas Empresas que responderam o questionário e que não responderam o questionário.....	107
Gráfico 5 – Proporção de Micro e Pequenas Empresas que responderam o questionário e que não utilizaram os serviços do SEBRAE/MS e que utilizaram os serviços do SEBRAE/MS.....	108

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Taxa de participação e de variação crescimento de Micro e Pequenas Empresas por Estado Brasileiro entre os anos de 2000 a 2004.....	62
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 JUSTIFICATIVA.....	15
1.2 OBJETIVOS.....	29
1.2.1 Objetivo Geral.....	29
1.2.2 Objetivos Específicos.....	30
2 O AMBIENTE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	31
2.1 EMBASAMENTO TEÓRICO SOBRE O SURGIMENTO E CONSTITUIÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	31
2.1.1 Condições determinantes de permanência no mercado.....	37
2.1.2 Teoria da Competência.....	39
2.1.3 Fases de crescimento das empresas.....	42
2.1.3.1 Fase 1: Início.....	44
2.1.3.2 Fase 2: Sobrevivência.....	45
2.1.3.3 Fase 3: Sucesso/Decolagem.....	46
2.1.3.4 Fase 4: Expansão.....	48
2.1.3.5 Fase 5: Maturidade.....	49
2.1.4 A dinâmica das micro e pequenas empresas.....	50
2.1.5 A Economia da Micro e Pequena Empresa	53
2.1.6 Interação entre as Micro e Pequenas Empresas.....	56
2.2 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CONTEXTO ECONÔMICO.....	57
2.2.1 As micro e pequenas empresas em países selecionados.....	58
2.2.2 As micro e pequenas empresas no Brasil e nos estados.....	60
2.2.2.1 Distribuição das empresas nas Regiões e Unidades da Federação Brasileira.....	61
2.2.3 As micro e pequenas empresas em Mato Grosso do Sul.....	63
3 INTERVENÇÕES PÚBLICAS NO FOMENTO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UMA CARACTERIZAÇÃO RELACIONADA À CRIAÇÃO E A CONSOLIDAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL.....	65
3.1 O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.....	66
3.2 PROGRAMAS DE GOVERNO DIRECIONADOS A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	72
3.2.1 Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.....	72

3.2.2 Empreendedor Individual	75
3.3 PROGRAMAS DE APOIO E DE FOMENTO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO SEBRAE/MS.....	76
3.3.1 Bolsa de negócios do SEBRAE.....	78
3.3.2 Empretec.....	79
3.3.3 Geonegócios.....	79
3.3.4 Grandes oportunidades.....	79
3.3.5 Educação SEBRAE.....	80
3.3.6 Nascer Bem.....	80
3.3.7 Prefeito Empreendedor.....	80
3.3.8 SBRT – Resposta Técnica.....	81
3.3.9 Outros.....	81
4 METODOLOGIA.....	83
4.1 CONFIGURAÇÃO E MOTIVO DO ESTUDO.....	83
4.2 CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS.....	85
4.3 ANÁLISE DE DISCURSO.....	87
4.4 LEVANTAMENTO DOS DADOS OBTIDOS.....	88
5 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS ANALISADAS EM MATO GROSSO DO SUL: CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS A CRIAÇÃO, CONSOLIDAÇÃO, DESAFIOS, IMPACTOS E TRAJETÓRIAS.....	91
5.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS.....	91
5.1.1 Limitações da análise.....	92
5.1.2 Análise das entrevistas junto às empresas.....	93
5.1.2.1 Empresas entrevistadas e em atividades no momento da entrevista.....	95
5.1.2.1.1 Empresas entrevistadas e em atividades no momento da entrevista e que não procuraram os serviços do SEBRAE/MS.....	95
5.1.2.1.2 Empresas entrevistadas e em atividades no momento da entrevista e que procuraram os serviços do SEBRAE/MS.....	98
5.1.2.2 Empresas entrevistadas e com atividades encerradas no momento da entrevista... 	103
5.1.2.2.1 Empresas entrevistadas e com atividades encerradas no momento da entrevista e que procuraram os serviços do SEBRAE/MS.....	103
5.1.3 Análise dos questionários junto às empresas.....	107
5.1.3.1 Características das empresas, a partir dos questionários respondidos, que	

utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS.....	108
5.1.3.2 Características das empresas, a partir dos questionários respondidos, que ainda não utilizaram os serviços do SEBRAE/MS.....	111
5.1.4 Análise da atuação do SEBRAE/MS junto às Micro e Pequenas Empresas.....	112
5.1.4.1 Os programas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS.....	113
5.1.5 Discussão sobre as limitações das análises realizadas.....	114
6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	116
REFERÊNCIAS.....	126
ANEXO A - Estrutura das entrevistas junto aos empresários.....	133
ANEXO B - Questionário destinado aos empresários.....	136
ANEXO C - Questionário destinado ao SEBRAE/MS.....	143

1 INTRODUÇÃO

Toda e qualquer empresa, para dar início as suas atividades operacionais, necessita de investimentos. Estes investimentos iniciais podem ser próprios, ou seja, da pessoa de quem se dispôs, concebeu a idéia e teve a iniciativa de realizar este investimento, ou então, de terceiros, geralmente pessoas jurídicas, ao qual também se dispôs a contribuir com o negócio, disponibilizando recursos a serem investidos na empresa, por um período de tempo determinado, através de empréstimos e/ou financiamentos, cobrando juros pela utilização desses.

Pelo fato de que praticamente é impossível prever, no momento em que o investimento foi realizado, o tempo de vida da empresa beneficiada, esse investimento inicial (a constituição e abertura de uma empresa) poderá ser comparado como um investimento a longo prazo. Este raciocínio parte do princípio de que uma vez iniciada suas operações, é praticamente impossível, se não inconcebível, estipular uma data efetiva do encerramento das atividades de uma empresa. Não se abre uma empresa com uma data estabelecida para o seu fechamento. Ao contrário, uma vez iniciada, haverá uma perspectiva de que o negócio irá se manter por um longo tempo, que permanecerá em operação por prazo indeterminado. Portanto, diante deste raciocínio, o montante desembolsado para a constituição e formação de uma empresa terá caráter de investimento de longo prazo. Por se tratar de um tempo indeterminado (o tempo de vida da empresa), envolvendo o longo prazo, esse investimento estará sujeito a riscos. Esses riscos, caracterizados por situações em que há probabilidades mais ou menos previsíveis de perda ou ganho, surgem em virtude da impossibilidade de se poder antever o futuro de maneira clara e precisa, principalmente quando se tratar de um tempo distante, pois a dificuldade de se visualizar o que poderá ocorrer no futuro estará diretamente proporcional ao período que se pretende abranger, quanto maior o tempo que se pretende prever maior a dificuldade de se conseguir informações claras e seguras. E durante todo este período de existência no mercado é necessário que a empresa possua capacidade adaptativa para se manter em atividade, representada pela capacidade de relacionar com o mercado, realizando trocas e criando novas oportunidades.

No entanto, de forma generalizada, percebe-se que a maioria das pequenas e micro empresas instaladas não conseguem se estabelecer de forma segura no mercado. São inúmeras as proposições e hipóteses levantadas a respeito desta dificuldade. A que será pesquisada refere-se às políticas públicas, se estas atendem as necessidades e, por conseqüência, contribuem com a sobrevivência e permanência das micro e pequenas empresas em um

mercado cada vez mais competitivo e inovador. Esta hipótese parte-se do princípio de que estas empresas apresentam diversas fragilidades e que, por consequência, possuem deficiência em aproveitar seus recursos de forma satisfatória. A partir desta aparente fragilidade, acredita-se que os programas de apoio e de fomento de SEBRAE/MS consigam suprir esta deficiência, propiciando orientações satisfatórias e eficientes para que empresas deste segmento possam melhor utilizar seus recursos, mesmo sendo poucos e deficientes, dinamizando-os e assim, propiciando condições para que permaneçam no mercado de forma satisfatória. Para o desenvolvimento desta pesquisa, portanto, o objeto de análise, ou seja, as Políticas Públicas, terá como referência os serviços prestados pelo SEBRAE/MS, por se tratar de uma Instituição que tem como principal objetivo oferecer programas de apoio e de fomento a empresas de micro e pequeno porte e verificar o quão eficiente estes programas são para estas empresas.

Empresas de micro e pequeno portes, segundo Gusmão (1998), representam o maior contingente de empresas existentes em qualquer país, em termos quantitativos, seja na América, Europa ou Ásia, emergentes ou subdesenvolvidos. Portanto, são empresas representativas.

A sua permanência no mercado está relacionado com problemas endógenos, como o estilo de gestão, e com problemas exógenos, principalmente aqueles originados das pressões exercidas pelo mercado, como os concorrentes, clientes e a legislação governamental.

Nessas empresas de micro e pequeno portes pressupõe-se que o controle é exercido de maneira bastante intuitiva e empírica, geralmente realizado somente pelo seu proprietário e de forma superficial, sem uma eficiente análise do ambiente externo a empresa, baseado apenas nas experiências e observações dos fatos e de suas necessidades, de erros e acertos. Percebe-se não haver uma metodologia a seguir. Existe apenas a preocupação de se controlar e processar somente informações que satisfaçam necessidades mais imediatas, como a data da quitação de fornecedores, aquisição de materiais a serem utilizados na produção, o atendimento ao fisco através da contabilidade, entre outros. Porter (1996), apud La Rovere¹ (apud CASSIOLATO et al., 2003, p. 297) observa que “[...] muitas empresas baseiam suas estratégias competitivas na busca de eficiência operacional, a qual, apesar de ser importante, não garante a sustentabilidade da vantagem competitiva.”.

Não se percebe, nestas empresas, a preocupação em desenvolver políticas de longo prazo, como por exemplo, a necessidade de reservas financeiras para substituição dos equipamentos utilizados para a produção, prestação de serviço e/ou venda ou de uma política

¹ LA ROVERE, R. L. **Difusão de tecnologias da informação em pequenas e médias empresas**: um estudo de caso. Revista Brasileira de Economia, vol. 53, n. 1, 1999.

de operações e métodos com vistas ao crescimento da empresa em um período distante, resumida em reservas de fundo ou mesmo de captação destes, a partir de uma necessidade de adaptação observada através de uma análise de mercado.

Percebe-se, na grande maioria das empresas, somente a preocupação de manter rotinas operacionais mais imediatas e de curto prazo. Segundo Vos, Keizer e Halman, 1998, apud La Rovere (1999)² (apud CASSIOLATO et al., 2003, p. 297):

O tamanho reduzido das empresas faz com que seus proprietários/administradores tenham um horizonte de planejamento de curto prazo, ficando presos num círculo vicioso onde a resolução de problemas diários impede a definição de estratégias competitivas de longo prazo (CASSIOLATO et al, 2003, p. 297).

A inexistência de um controle que vislumbre o longo prazo pode trazer dificuldades para essas empresas, pois a carência de informações que atendam essa necessidade poderá inviabilizá-las financeiramente a longo prazo, trazendo repercussões negativas. No entanto, existindo a possibilidade de se controlar e de se elaborar informações que revelem tendências, dados históricos da empresa e de todo o setor que ela explora, o comércio de uma determinada região poderá dinamizar-se, gerando renda, emprego e desenvolvimento. Para La Rovere (1999)² (apud CASSIOLATO et al., 2003, p. 297):

Enquanto a avaliação de condições de fatores depende de um levantamento das informações internas à empresa, a avaliação de condições de fornecimento de insumos, de demanda e da estrutura de competição requerem um acompanhamento de informações externas à empresa (CASSIOLATO et al, 2003, p. 297).

Segundo Gusmão (1998), as empresas deste segmento convivem em um mercado muito dinâmico e veloz em suas mudanças. Constantemente vimos aberturas de novos mercados e sua seguida saturação, rápidos avanços tecnológicos com segmentação e heterogenização de demandas, com serviços e necessidades cada vez mais diferenciados, específicos e especializados. Além disso, podemos presenciar períodos de instabilidade dos mercados financeiros, de práticas comerciais predatórias, tanto nacionais como internacionais, principalmente em relação aos países emergentes.

Portanto, como a preocupação principal é a manutenção das micro e pequenas empresas no mercado, espera-se que estas empresas, efetivamente, utilizem-se dos diversos

² LA ROVERE, R. L. **Difusão de tecnologias da informação em pequenas e médias empresas**: um estudo de caso. Revista Brasileira de Economia, vol. 53, n. 1, 1999.

programas de apoio e de fomento oferecidos pelas instituições preocupadas em atender suas necessidades, assim como, que estes programas possam ser acessíveis a todos que necessitem, e se acessíveis, que sejam eficientes e fundamentadas por políticas públicas adequadas, representadas e respaldadas por instituições fortes, seguras e comprometidas com os resultados a serem obtidos.

1.1 JUSTIFICATIVA

Ao analisar a atuação de consultores e assessores da área financeira de algumas empresas, é comum estes verificarem, principalmente naquelas empresas que possuem pouco tempo de existência, a dificuldade destas, através de seus dirigentes, em visualizar internamente suas verdadeiras capacidades financeiras frente aos seus compromissos assumidos ou a assumirem. Como tudo que é realizado dentro de uma empresa necessita de recursos financeiros, é de suma importância que se saiba, antes de se tomar uma decisão, qual a sua exata necessidade de caixa, seu verdadeiro capital de giro e, principalmente, o seu real lucro, ou melhor, o seu grau de assumir algum endividamento e a capacidade de honrá-los em dia.

Existem cursos e treinamentos oferecidos pelo Serviço de apoio e de fomento a Micros e Pequenas Empresas de Mato Grosso do Sul (SEBRAE/MS) que visam amenizar estas necessidades. No entanto, estes serviços de apoio e de fomento abordam estas necessidades de maneira bastante generalizada e superficial, pouco aprofundando naquilo que pode ser considerado essencial para um planejamento com vistas ao longo prazo: o conhecimento, através das técnicas e princípios disponíveis, possibilitando capacidade intelectual, somada a interação com a situação de mercado, para a execução de um planejamento financeiro estratégico e de longo prazo, de modo a se adequar às realidades peculiares e imprevisíveis do mercado, com vistas a cumprir obrigações de curto prazo e de crescimento a médio e longo prazo, garantindo, assim, a sobrevivência da empresa.

De acordo com pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas (2007), o índice de mortalidade das pequenas e micro empresas é de 56% antes de completarem cinco anos de atividades. Trata-se de uma informação preocupante, pois essas empresas constituem 99% do número de empresas formalmente estabelecidas no país, responsável por 60% dos empregos gerados, contribuindo com mais de 50% dos salários, e por 20% de participação no Produto Interno Bruto do país.

Espera-se que, além de uma formação adequada, para que uma empresa possa ser constituída, é necessário que o futuro empresário tenha um capital inicial. E mesmo ao longo de sua existência, poderá defrontar-se em situações que necessite de capital adicional. É do interesse de qualquer pessoa que venha a investir seu capital em uma empresa, que este capital aumente, assim como, o patrimônio da empresa.

No entanto, o micro e pequeno empresário possui formação adequada para abrir o seu negócio? Possui credibilidade suficiente no mercado para obter um empréstimo ou financiamento, para tornar-se um devedor? Muito é comentado sobre a grande flexibilidade e rapidez de adaptação as demandas do mercado pelo tamanho que as pequenas e micro empresas possuem. Isso faz com que estas empresas possam, até mesmo, ser valorizadas. No entanto, percebe-se que esta capacidade de adaptação não garante sua permanência no mercado. Além disso, muitas destas adaptações exigem conhecimentos adicionais e capital adicional. Estes conhecimentos adicionais e, principalmente o capital, não são de fáceis acessos no Brasil. Por conseqüência, esta dificuldade em obter conhecimento, capital inicial e capital adicional faz com que não consigam acompanhar as adaptações que se fazem necessárias. Não implementando as adaptações necessárias, não conseguem ser competitivas e não sendo competitivas, não conseguem garantir sua sobrevivência, gerando desestímulo e até perda de receita. Cria-se, portanto, um círculo vicioso: não possui acesso ao crédito inicial, por não garantir competitividade, assim como, não possui acesso ao crédito adicional que possa lhe garantir adaptação ao meio, através do acesso a conhecimentos específicos e adicionais, possibilitando manutenção de suas atividades.

Segundo Schumpeter,

Ele só pode tornar-se empresário ao tornar-se previamente um devedor. Torna-se um devedor em conseqüência da lógica do processo de desenvolvimento, ou, para dizê-lo ainda de outra maneira, sua conversão em devedor surge da necessidade do caso e não é algo anormal, um evento acidental a ser explicado por circunstâncias particulares. O que ele quer primeiro é crédito. Antes de requerer qualquer espécie de bens, requer poder de compra. É o devedor típico na sociedade capitalista (SCHUMPETER, 1982, p. 72).

Com a globalização da economia, aparentemente as micro e pequenas empresas tornaram-se ainda mais esquecidas, relegadas a um segundo, ou mesmo a um terceiro ou quarto plano, se não, efetivamente, esquecidas (geralmente é divulgada na imprensa a variação de vagas de empregos nas indústrias, mas não se vê a divulgação de algum índice que demonstre a variação de micro e pequenas empresas na economia, sua participação ou

importância em determinado momento). Além disso, é notório o quanto estas empresas são questionadas quanto a sua competitividade frente aos mercados e a produção. A falta de capacitação gerencial, escalas adequadas de produção, apoio tecnológico e acesso a crédito em condições adequadas a seu perfil têm sido fortes inibidores da competitividade destas empresas. De fato, dificilmente uma pequena empresa conseguirá competir num mercado competitivo e internacionalizado com tal tipo de fragilidade.

Além disso, pode-se observar, em muitas pequenas e micro empresas, a falta de preocupação com um controle eficiente de todas as suas operações. Em muitas, o controle de suas atividades operacionais é desorganizado, não diferenciando os diversos gastos da empresa e, até mesmo, os gastos desta com os gastos pessoais (pessoa física da pessoa jurídica). Mesmo naquelas em que existe um controle destas operações, poucas são as que possuem condições de realizar uma análise que reflita o verdadeiro resultado de todas as suas atividades. Percebe-se, também, que muitas ainda são administradas de forma intuitiva, em que muitos valores consumidos não são exatos e sim, presunções. Um controle eficiente desde o início das atividades da empresa propiciará condições para que esta possa melhor se adaptar ao mercado e evitar que se inviabilize financeiramente, com compromissos excessivos, por não conseguir visualizar sua real condição de geração de receitas, frente às condições de mercado em que está inserida. Para cada empresa deve-se analisar todo e qualquer fator que possa influenciar seu resultado final, tanto relacionado a fatores internos quanto a fatores externos da organização.

Pelo fato de compartilhar o mercado com outras empresas, concorrentes ou não, por sofrer influências de fatores externos ao seu controle, há a necessidade de que as pessoas que integram uma organização comercial, principalmente as que ocupam cargos de chefia, possuam características que, a partir das condições atuais da empresa, possam tomar decisões que possibilitem a adaptação dessa empresa em seu meio, de forma segura e arrojada, garantindo sua sobrevivência e crescimento no mercado

Segundo Chandler, deve-se desenvolver conhecimento e habilidades:

Such knowledge and skills were developed by learning through trial and error, feedback and evaluation; thus, the skills of individuals depended on the organizational setting in which they were developed and used (CHANDLER, 1992, p.84).

No entanto, isso requer conscientização e aceitação por parte da maioria dos empresários de micro e pequenas empresas sobre a necessidade de um controle eficiente de

todas as atividades desenvolvidas na empresa, de forma organizada, com o envolvimento de todos da empresa.

Even more important are those routines acquired to coordinate these several functional activities. Essential, too, are those learned in the strategic activities of responding to moves by competitors, of carrying on the long, costly, and risky process of moving into new markets and of adjusting to the constantly changing economic, social and political environment (CHANDLER, 1992, p.86).

Por representar a parcela da economia que mais oferece vagas de trabalho, a manutenção dessas empresas no mercado contribuirá para um efetivo desenvolvimento econômico do país e da região onde atuam.

Toda e qualquer empresa é constituída com a perspectiva de evolução dos lucros e de manutenção de suas atividades por tempo indeterminado, logo, o capital investido na mesma, seja próprio ou de terceiros, terá o caráter de investimento de longo prazo. Como já foi enfatizado, não se abre uma empresa com uma data estabelecida para o seu fechamento. Ao contrário, uma vez iniciada, haverá uma perspectiva de que o negócio irá se manter por um longo tempo, que permanecerá em operação por prazo indeterminado.

Portanto, diante deste raciocínio, o montante desembolsado para a constituição e formação de uma empresa terá caráter de investimento de longo prazo.

Pelo fato de desenvolver atividades por tempo indeterminado, o capital investido estará sujeito a riscos. Para diminuir os riscos, principalmente no início das atividades da empresa, é necessário que se saiba em que se está investindo. É necessário que haja um eficiente conhecimento prévio do mercado, da sua potencialidade e características, dos concorrentes, perfil dos futuros clientes em termos de poder aquisitivo, características do produto, entre outros, ou seja, é necessário um planejamento.

Esses cuidados ainda não garantem o sucesso do empreendimento, é necessário que haja muita habilidade de seus dirigentes e funcionários para enfrentar as influências do ambiente externo, há a necessidade de se ficar atento para ter condições de se adaptar a mudanças, e esta posição é essencial para a sobrevivência de qualquer organização (DRUCKER, 1991)

O fato de uma organização possuir tempo de vida indeterminado depende muito das decisões que são tomadas pelos seus dirigentes. Para que isto ocorra, é necessário estabelecer metas e objetivos específicos aos interesses da empresa. Essas metas e objetivos é que

nortearão as tomadas de decisões dentro da organização. Dentre alguns exemplos de objetivos, citam-se os enumerados por Moreira:

Alguns exemplos de objetivos são: crescer, ter lucro, contribuir com a comunidade, fornecer produtos de qualidade, progredir tecnologicamente, prover dividendos aos acionistas, prover o bem-estar dos empregados, ganhar prestígio, desenvolver a organização, satisfazer as necessidades dos consumidores, etc. (MOREIRA, 1996, p. 22).

Os objetivos, bem definidos e em sintonia com a capacidade da empresa, servirão como referência para a tomada de decisões e, até mesmo, para a execução de um planejamento a longo prazo, possibilitando condições de se adaptar com sucesso ao seu meio.

No entanto, para que uma organização consiga planejar, consiga estabelecer objetivos claros é necessário que possua um controle efetivo de todas as suas operações. É necessário que existam anotações que demonstrem todas as ocorrências relacionadas às atividades operacionais da empresa. Compra, venda, recebimentos, pagamentos, gastos, custos de aquisição, custos de manutenção, horas-extras, despesas diversas, entre outros. Ou seja, toda e qualquer ocorrência de desembolso e de recebimento, com definição de datas, origens, destinos, etc., pois este controle possibilitará que se avalie a saúde financeira da empresa em qualquer período de sua existência. Portanto, quanto maior ênfase e importância forem dadas ao controle financeiro, principalmente em termos de controle de custos e de despesas das atividades de vendas e/ou produção, maior a probabilidade de a empresa obter um retorno satisfatório de todo o investimento realizado. Investimento tratado não somente em termos de capital puro, mas também, em termos de tecnologia empregada, de novos produtos, treinamento de pessoal, análise de tendência e de desenvolvimento de mercado, etc.

Com essas informações, depois de analisadas e processadas, haverá condições de visualizar qual a real capacidade de uma empresa. Qual a capacidade de lucro, de investimento, de comprometimento com financiamentos e empréstimos, de crescimento, entre outros, pois todos estes itens, todos os objetivos da empresa estarão embasados em informações que representarão a sua verdadeira capacidade. Com esta visualização, os dirigentes terão condições de realizar planejamento de crescimento e investimento a longo prazo, direcionando e organizando todas as atividades da empresa para o cumprimento e manutenção destes objetivos.

Devido à crescente competição de mercado, há a necessidade de se oferecer produtos de qualidade com preços competitivos. Pelo fato de todo e qualquer esforço realizado para a produção e/ou venda demandar gastos para sua manutenção, é necessário que estes gastos

estejam em conformidade com o retorno das vendas, em termos de preço e procura do produto.

É necessário que haja um prévio controle de todo o capital utilizado, assegurando, dessa forma, maximização do lucro, proporcionando condições necessárias e indispensáveis para manter a sobrevivência da empresa em questão, sempre com resultados positivos, originados de um eficiente e eficaz controle de fundos com minimização de desperdícios e de despesas.

Conforme sua característica, toda organização terá interesse de se expandir em novas atividades ou mesmo, investir em seu crescimento. Sabendo das necessidades da organização e da capacidade desta em poder ou não assumi-las e em que patamar de comprometimento, o pequeno ou micro empresário poderá especificar os objetivos da organização. Esses objetivos poderão ser de expansão, de parcela de mercado a atingir, de crescimento, de vendas, de despesas, de compras, de investimentos, etc., sempre obedecendo aos níveis previamente detectados como possíveis de serem obedecidos. Dessa forma, estabelecendo objetivos em um nível de comprometimento capaz de ser obedecido e cumprido, a visualização de um futuro incerto tornar-se-á bastante aceitável e com menor risco (NAKAGAWA, 1994).

Toda organização deve ter condições de garantir seu espaço no mercado, e para isso, deve estar atenta a todas variáveis possíveis que possam influenciar o seu comportamento. Variáveis estas tanto internas quanto externas. Deve ter informações seguras sobre o mercado, sobre a concorrência, sobre planos e medidas governamentais, taxas de juros, etc.

Informações, também, sobre o comportamento da empresa, dos setores, dos cargos, funções e, principalmente, das pessoas que a compõem.

Deve-se, também, verificar tendências e comportamentos. Obter opiniões, dados e informações a ponto de poder visualizar sua posição no mercado, sua competitividade.

Isso tudo deve ser observado para que se possa visualizar, de maneira ampla, a complexidade desses ambientes e suas relações, com o intuito de poder obter novas informações, novas oportunidades, novos conhecimentos e, com isso, condições de aprendizagem para adaptação ao meio. Segundo Maculan³ (apud CASSIOLATO et al, 2003, p. 315):

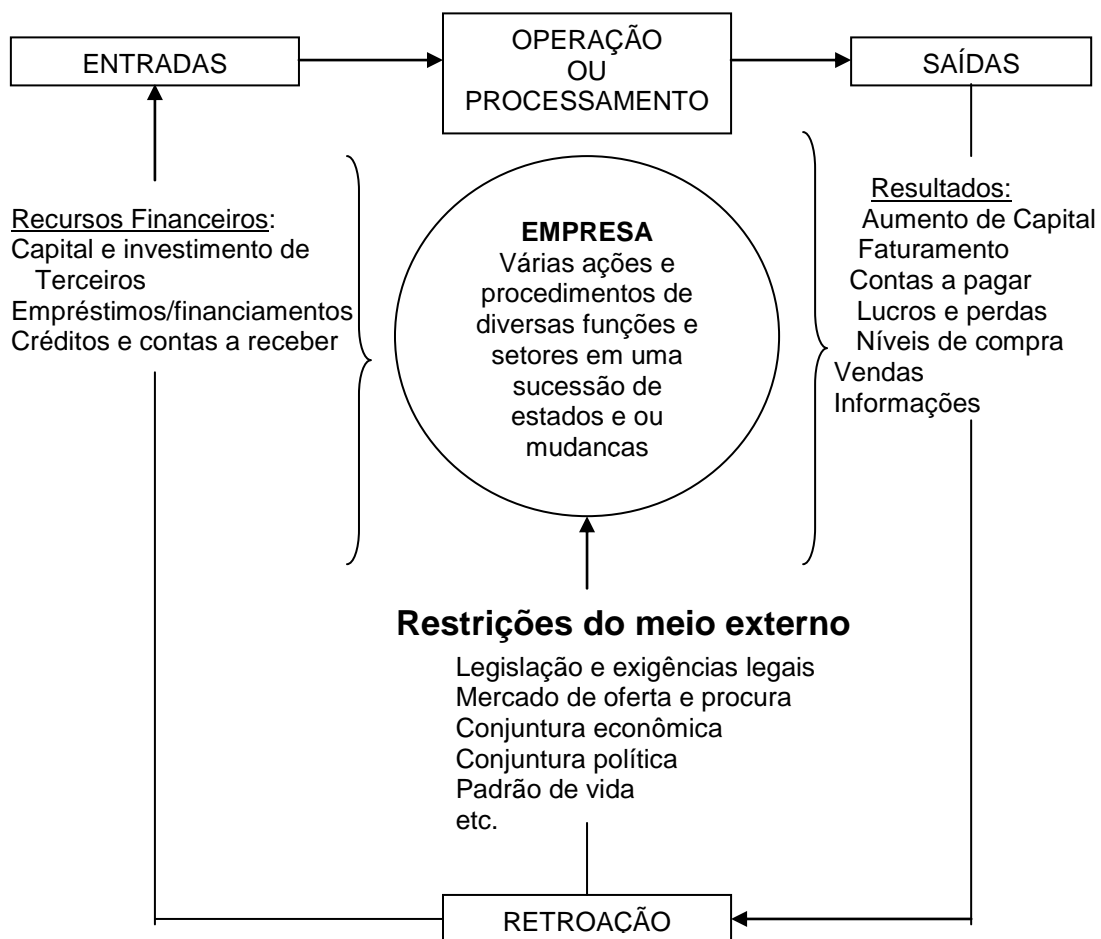
O aprendizado é um conceito chave que relaciona a aquisição de conhecimentos à adoção de formatos organizacionais com o objetivo de

³ MACULAN, A. Ambiente empreendedor e aprendizado das pequenas empresas de base tecnológica. In: CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M.; MACIEL, M. L. (orgs.) **Pequena Empresa**: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003

consolidar a firma como núcleo de competências. O aprendizado exige a alocação de recursos e a definição de métodos e procedimentos que visem registrar e codificar os conhecimentos tácitos gerados pelas experiências. Nessa abordagem, o foco é colocado na dimensão cognitiva da organização e privilegia o aprendizado que decorre das interações da empresa com outros agentes externos. A empresa é analisada enquanto organização, capaz de tratar as informações, ampliar e valorizar os conhecimentos acumulados a partir de fontes internas e externas (CASSIOLATO et al, 2003, p. 315).

E está nas vendas a importância dada por toda organização. É através das vendas, ou das suas projeções, que é baseado todo o planejamento. Futuros investimentos, aquisição de equipamentos, contratação de pessoal, treinamento, controle de produção, de gastos, de despesas, etc. Uma infinidade de ações e procedimentos essenciais à existência de toda empresa.

Figura 1: O fluxo de caixa como um sistema aberto interagindo com seu meio ambiente.



Fonte: CHIAVENATO (1989, p. 28)

Todos dentro de uma organização estão, direta ou indiretamente, envolvidos com o processo de vendas. Desde a direção, ao cargo mais simples da organização.

Toda organização apresenta algum movimento financeiro. Esse movimento financeiro, originado das vendas ou de prestação de serviços é, geralmente, centralizado em um único tipo de controle existente: o caixa (fig. 1).

O caixa é representado pela entrada e saída de numerários. A entrada, como exemplo, pode-se dar pela venda de ativos (estoques de produtos destinados a venda), por investimentos dos proprietários, empréstimos ou vendas de títulos, cobranças de valores a receber, vendas à vista, recebimentos diversos, como: aluguel, juros, dividendos e muitos outros.

O responsável pela empresa, para garantir a sobrevivência da organização, terá que ter o maior controle possível em relação a essas saídas e entradas de caixa, evitando sempre que a saída seja maior que a sua entrada.

Deverá ter o controle das necessidades de gastos, de despesas e perdas, sabendo com antecedência a necessidade de numerários suficientes para cobrir estes desembolsos, possibilitando, com isso, que a empresa possua condições de saldar todos os seus compromissos no momento de seu resgate.

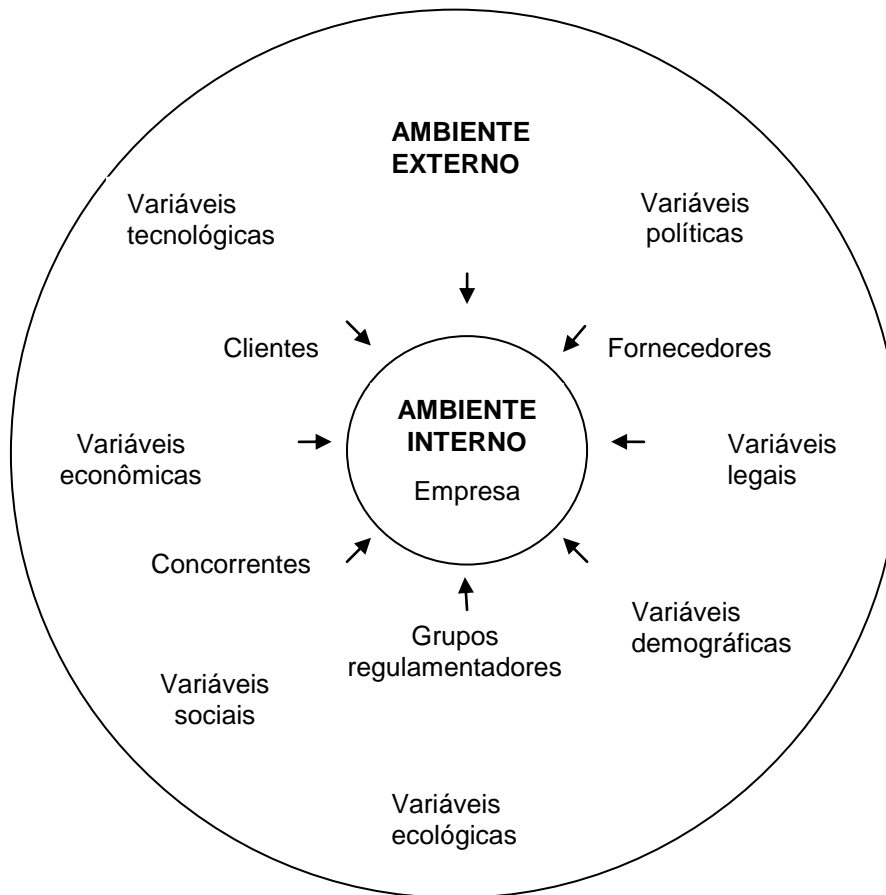
A empresa, como um sistema aberto, deverá interagir com o seu meio a ponto de cumprir o seu papel e suas obrigações, obtendo e fornecendo elementos úteis à sua continuidade. E é através de um controle financeiro eficiente de caixa que se poderá dar continuidade a todas as suas atividades operacionais.

Ao mesmo tempo em que uma empresa começa a ser constituída, com uma imagem e características comerciais próprias, também começa a sofrer influência de seu ambiente externo.

Qualquer empresa convive com dois ambientes, um ambiente interno, inserido em outro maior, o ambiente externo (fig. 2). O ambiente interno de uma empresa caracteriza-se por todas aquelas variáveis das quais ela possui domínio, as quais pode controlar, organizar, dirigir e, diante de tal domínio, planejar.

O ambiente externo é caracterizado pela ausência deste domínio. É caracterizado por todas aquelas variáveis que afetam, direta ou indiretamente, a empresa e que não podem ser controladas e/ou dirigidas por ela, por serem decisões que são tomadas por outras instituições ou outros organismos ao qual a empresa não possui participação direta e efetiva no que está sendo decidido e/ou desenvolvido. Como exemplo, citamos: medidas governamentais, concorrência, inovações tecnológicas, preferência de consumidores, etc. (SACHS & LARRAIN, 1998).

Figura 2: A empresa (ambiente interno) e as influências do meio em que está inserida (ambiente externo).



Fonte: CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos na empresa. Vol. 1. São Paulo: Atlas, 1989, p. 61.

Diante desse contexto é que se deve valorizar a preocupação de se conhecer de maneira antecipada o nicho de mercado que se pretende atuar. Deve-se verificar concorrentes, números possíveis de clientes, o potencial destes em termos de poder aquisitivo, preços praticados, custos de instalação e de manutenção, exigências legais e fiscais, local de funcionamento, facilidade de acesso, de visualização, custos de manutenção, entre outros.

Quando essas características são bem conhecidas, são bem definidas, a possibilidade de adaptação ao mercado, ao seu meio ambiente externo é bem maior. Pois tendo acesso a estas informações há condições de se decidir se o negócio antes idealizado pode ser concretizado, pode ser colocado em prática. E para isso, o acesso às informações a respeito dessas variáveis é imprescindível. É necessário que haja informações concretas e confiáveis a respeito para que se possa tomar decisões estratégicas antes e, principalmente, durante a existência de uma empresa.

O acesso às informações certas, no momento correto torna-se muito mais valioso do que o capital investido. Informações aqui tratadas, não somente como uma especificação do ambiente e/ou do produto, mas como algo que possa ser dominado, trabalhado e processado, gerando novas informações e, até mesmo, o conhecimento, propiciando vantagem competitiva à organização.

Pelo fato de toda empresa fazer parte de um ambiente maior, o seu ambiente externo, todo e qualquer programa ou política de mudança, de adaptação ao seu meio ambiente, visando à redefinição de seu negócio, segundo Degen (1989, p. 47) “[...] é considerada de alto risco, uma vez que nelas são feitos ajustes fundamentais na relação da empresa com o seu meio ambiente, à procura de maior eficácia.”.

Ou seja, com a preocupação de se adaptar às mudanças, haverá necessidade de se tomar decisões que visem tais adaptações. E estas adaptações deverão estar bem associadas com a capacidade da empresa em poder atender às novas exigências e, conseqüentemente, se ajustar ao mercado, ao seu meio ambiente externo. Por realizar mudanças características apenas de seu ambiente interno, a confirmação do sucesso deste ajuste somente será realizada a partir do momento em que houver uma aceitação do mercado, das modificações e dos ajustes realizados dentro da empresa. Assim sendo, uma má decisão poderá acarretar conseqüências irreversíveis, de grandes prejuízos até mesmo o encerramento do negócio.

Para evitar as conseqüências de adaptação abordadas acima, tanto de empresas já existentes quanto daquelas que iniciarão suas atividades, é necessário que se recorra a algumas características e conceitos que proporcionem maiores condições e habilidades de lidar com tais situações.

Uma das principais habilidades é a capacidade de identificar oportunidades (Drucker, 1991). Degen (1989), afirma que a pessoa deve ter uma predisposição para tal, um talento, uma aptidão inata em conseguir visualizar uma circunstância adequada, ou mesmo, favorável para a exploração de um negócio.

Para se identificar oportunidades, é necessário empenhar-se em descobrir necessidades que não estão sendo satisfeitas, e uma das maneiras de se descobrir é realizando observações sobre as carências ou imperfeições na exploração de determinados negócios que podem existir no mercado, pois todo negócio pode ser aperfeiçoado, ou mesmo, permanecer atento a algumas tendências que também podem ser aproveitadas, como modismos, evoluções tecnológicas, sazonalidades, etc., entre outros (DEGEN, 1989).

Deve-se, também, ter criatividade, conseguir construir ou projetar uma idéia nova, mesmo a partir de um negócio já explorado, propiciando a este uma nova característica na sua exploração.

Uma vez determinado o que se deseja, passa ser necessário estipular os objetivos que deverão ser alcançados em consonância com o conhecimento do mercado que se pretende explorar.

Algumas técnicas são empregadas para se evitar a falta de objetividade e o desconhecimento de mercado, e uma das mais utilizadas e úteis é a pesquisa de mercado, realizado com o intuito de detectar qual a sua potencialidade, orientando melhor o negócio que se pretende explorar.

Além da falta de objetividade e do desconhecimento de mercado, alguns outros pontos devem ser evitados, tais como: erro na estimativa das necessidades financeira; sub-avaliação dos problemas técnicos do negócio; falta de diferenciação do produto; falta de obstáculo à entrada de concorrentes; desconhecimento dos aspectos legais; escolha de sócios errados e localização inadequada (DEGEN, 1989).

Por fazer parte de um ambiente maior, toda empresa deve ter informações que propiciem sua permanência no mercado. Deve possuir informações que possibilitem a ela condições de tomar decisões referentes a sua área de atuação. Informações tais como: situação econômica, influência governamental, ciclo de vida do setor, lucratividade, evolução tecnológica, sazonalidade, dependência do produto aos insumos e os custos associados, entre outros.

Essas informações é que servirão como base para a tomada de decisão. No entanto, deve-se ter em mente que essas informações e suas análises são provenientes de pessoas. E nesse contexto, os recursos humanos disponíveis, as pessoas escolhidas para comporem os diversos cargos e funções de uma organização são elementos de uma importância fundamental para o sucesso do empreendimento.

Uma vez definido o objetivo, a característica comercial da empresa, é necessário colocá-la em funcionamento, de operacionalizá-la. Para isso, deverá recorrer a recursos humanos adequados, ou seja, de pessoas capazes de controlar essas operações

Sendo assim, as pessoas responsáveis pelo gerenciamento e direção de uma organização deverão ter bem claro esse conceito. Deverão entender que nada é eterno, que nenhuma concepção ou idéia se perpetuará no tempo. Deverão entender que uma idéia ou concepção durará até quando outra melhor vier a substituí-la.

Por possuir operações dinâmicas, toda e qualquer empresa estará propensa a modificações e adequações ao longo de sua existência. Por estar inserido em um contexto maior, o mercado regional e mundial, por sofrer influências da globalização, de maneira cada vez mais rápida, a necessidade de adaptação e de condições de realizar modificações, muitas vezes bastantes velozes, é imprescindível para a manutenção da sobrevivência da empresa.

E isto é muito evidente hoje. Como exemplo, podemos citar os recursos do mercado virtual (venda pela internet), sugerindo uma nova adaptação no conceito de relações entre empresas e consumidores, compra e venda, serviços, entretenimentos, etc.

Diante desta concepção é que Drucker (1991) defende a necessidade de se criar um ambiente empreendedor, propenso à inovação e com a participação de todos da organização. Segundo este autor (DRUCKER, 1991):

[...] a organização deve ser receptiva à inovação e predisposta a ver a mudança como uma oportunidade e não como ameaça. [...] A empresa que não inova inevitavelmente envelhece e declina. [...] Ela precisa criar uma estrutura que permita às pessoas serem empreendedoras. Tem que delinear relacionamentos centrados em empreendimento (DRUCKER, 1991, p.17).

Defende, também, a idéia de que se deve “abandonar tudo que estiver desgastado, obsoleto, improdutivo, bem como erros, falhas e esforços mal-direcionados” (DRUCKER, 1991, p.18).

No entanto, somente um ambiente empreendedor não é o suficiente, é necessário que exista um ambiente institucional e regulatório favorável. Segundo Maculan⁴ (apud CASSIOLATO et al, 2003, p. 313):

Uma vez a função empreendedora materializada na criação da empresa, é preciso identificar as condições que mais favorecem a sua sobrevivência e saber se um processo de aprendizado pode tornar mais eficiente sua gestão e aumentar sua capacidade de competir. Deixar o esforço empreendedor desenvolver-se a partir de uma dinâmica natural do mercado é certamente insuficiente. Programas governamentais são instrumentos indispensáveis para estruturar um ambiente institucional e regulatório favorável à elaboração de projetos empreendedores, à criação de empresas e à inovação (CASSIOLATO et al, 2003, p. 313).

Colocando em reflexão a situação apresentada, a proposta desta pesquisa é de analisar a política de apoio as Micro e Pequenas Empresas no estado de Mato Grosso do Sul no

⁴ MACULAN, A. Ambiente empreendedor e aprendizado das pequenas empresas de base tecnológica. In: CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M.; MACIEL, M. L. (orgs.) **Pequena Empresa**: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003

fomento a micro e pequenas empresas, tendo como referência a atuação do SEBRAE\MS no contexto atual, verificando a contribuição e o impacto dos programas de incentivos e a percepção de seus resultados ao longo das trajetórias e dos desafios enfrentados por estas empresas. Analisar a contribuição das políticas públicas, relacionado à sua estrutura, quanto no aspecto de sua conjuntura, e procurar focar sua repercussão em Mato Grosso do Sul, respeitando as características regionais e culturais do Estado.

Para alcançar este objetivo, entende-se que os programas desenvolvidos devem ser concebidos de uma forma que incentivem muitas empresas a saírem da informalidade; que desenvolvam mecanismos que fomentem a qualificação profissional; que garantam investimentos; que promovam o acesso ao crédito, redução da burocracia, equacionalização da tributação, entre outros, reduzindo as taxas de mortalidade e contribuindo com a permanência destas empresas no mercado.

Em contato com empresários de micro e pequenos empresas, muitos reclamam a respeito do desempenho que vem obtendo no mercado, principalmente em termos de venda, alegando receita insuficiente para cobrir todos os seus compromissos. Alguns afirmam que este desempenho poderia ser melhor caso a carga tributária fosse menor, ou caso houvesse menor burocracia, ou houvesse mais dinheiro em circulação, entre outros. Outros, apesar de ser em pequeno número, assumem possuírem deficiência ou falta de preparo em administrar o seu negócio. O que fazer para garantir um crescimento econômico eficaz?

Vivemos em um país em desenvolvimento. Para manter um desenvolvimento satisfatório necessitamos de pessoas qualificadas, instituições fortes e um ambiente econômico seguro, com possibilidades de previsão. Ainda temos muitas questões que nos distancia do título de país desenvolvido. Algumas destas questões são: por que ainda esta característica, apesar de ter havido inúmeras políticas direcionadas para um efetivo desenvolvimento econômico? Não será falta de planejamento, de orientação a nível macroeconômico? Falta de políticas públicas mais eficazes? De uma população mais qualificada? Ou será que a economia deve seguir o seu rumo sem nenhum tipo de orientação? Será que ela, por si só, tem a capacidade de auto orientar-se? Ou mesmo, será que possuímos instituições fortes, qualificadas e preparadas o suficiente para que possam assumir este papel? Não defendo aqui, a intervenção do estado, mas políticas adaptadas e orientadas com a finalidade de aproveitar melhor as potencialidades existentes no país.

E em tempos atuais, o que realmente contribui com que muitas empresas tenham dificuldades em se manterem no mercado, resultando em pouco tempo de existência? Por que muitas empresas se mantêm na informalidade? Por que estas empresas informais não se

formalizam? A dificuldade está no empresário, ao qual pode estar despreparado, ou nas políticas desenvolvidas?

Para que os benefícios citados possam ocorrer, os micro e pequenos empresários e seus funcionários devem ter a consciência da necessidade de estarem constantemente se capacitando e reciclando. E Instituições que proporcionam estas capacitações, ou serviço mais especializados, como o SEBRAE/MS, possam acompanhar, de forma efetiva, o desenvolvimento destas empresas e de seus resultados. Entende-se, neste caso, portanto, a necessidade que se desenvolvam programas que possam acompanhar o desempenho destas empresas no mercado com o objetivo de detectar riscos e oportunidades, e que, também, estes programas possam ser constantemente revistos e realimentados, fornecendo informações para a constante readequação e reavaliação dessas mesmas políticas públicas, orientadas a tecnologia, a gestão e a realidade específica de cada região do país.

A partir das questões levantadas e análises a serem desenvolvidas, espera-se que a proposta desta pesquisa possibilite oferecer contribuições relevantes ao segmento das micro e pequenas empresas pertinentes às políticas públicas, levantando informações e discussões que possam contribuir com a valorização destas empresas no mercado, associado a políticas públicas que possibilitem a permanência dessas empresas, com a sua formalização e ajuste no mercado.

Para a obtenção das informações e dados necessários, utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa, foram realizadas entrevistas aleatoriamente e diretamente com empresários de micro e pequenas empresas. As entrevistas realizadas tiveram como principal objetivo: 1º) detectar quais as percepções que os empresários entrevistados possuem a respeito das políticas públicas, representadas pelos programas de apoio e fomento a micro e pequenas empresas prestadas pelo SEBRAE/MS e, 2º) detectar as ações tomadas por estas empresas para se manterem no mercado, tanto com quanto sem a utilização dos serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS, pois nem todas as empresas entrevistadas utilizam ou utilizaram os serviços do SEBRAE/MS.

Além das entrevistas, também foram utilizados questionários, enviados a empresas de forma aleatória. Os questionários respondidos, elaborados com base nas entrevistas realizadas e tendo como referência as fases de crescimento e de desenvolvimento da empresa, abordado por Padula (2000), tiveram como objetivo verificar, em um pequeno universo de micro e pequenas empresas: 1º) aquelas que utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS, identificando se o resultado obtido foi ou não satisfatório; 2º) aquelas que nunca utilizaram ou não se interessaram em utilizar estes serviços, levantando as ações tomadas para manterem-se

atuante no mercado, assim como, o motivo de não utilizarem os serviços do SEBRAE/MS, e; 3º) identificar em qual fase de crescimento e de desenvolvimento estas empresas se encontravam no momento das respostas destes questionários.

Apesar de obter a participação de um número específico de empresas que foram entrevistadas e que retornaram com os questionários, a pesquisa desenvolvida não pode ser considerada como uma pesquisa quantitativa, pois o número de empresas participantes e analisadas não podem ser observadas como representativas de todas as empresas do estado de Mato Grosso do Sul, pois representa uma parcela muito pequena de empresas, ou seja, apenas vinte e quatro empresas analisadas. Dessa forma, o desenvolvimento desta pesquisa partiu para uma aceção de caráter exploratório, com abordagem qualitativa e indutiva.

A partir deste procedimento, a tese foi dividida em seis capítulos. O primeiro capítulo trata-se desta introdução, cujo objetivo é de inserir o leitor na discussão das micro e pequenas empresas.

O segundo e o terceiro capítulos referem-se ao referencial teórico. Com o objetivo de contextualizar as micro e pequenas empresas, o segundo capítulo aborda temas relacionados com a permanência, desenvolvimento e características específicas destas empresas no ambiente econômico. O terceiro capítulo aborda sobre as políticas públicas destinadas as micro e pequenas empresas, dando uma ênfase maior às políticas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS.

Os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento da pesquisa são explicitados no capítulo quatro, metodologia.

As interpretações das informações obtidas, provenientes das entrevistas e questionários, são realizadas no capítulo cinco e as conclusões e recomendações desenvolvidas no capítulo seis.

Os roteiros das entrevistas e questionários realizados encontram-se em anexo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar o impacto da política de apoio e de fomento as Micro e Pequenas Empresas analisadas no estado de Mato Grosso do Sul, tendo como referência a atuação do SEBRAE/MS no período de 1990 a 2008.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) analisar as contribuições teóricas sobre a dinâmica das micro e pequenas empresas nas economias contemporâneas, especialmente no Brasil;
- b) identificar os principais tipos de problemas que afetam a criação, manutenção e a consolidação de micro e pequenas empresas, dentro do Estado de Mato Grosso do Sul;
- c) avaliar a percepção dos micro e pequenos empresários em relação à contribuição do SEBRAE/MS na criação, manutenção e a consolidação de micro e pequenas empresas no âmbito do estado de Estado de Mato Grosso do Sul.

2 O AMBIENTE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

As Micro e Pequenas Empresas desempenham um importante papel na economia mundial. Apesar desta evidente importância, as empresas deste porte ainda passam por problemas de reconhecimento e de condições mais propícias e favoráveis para a sua manutenção no mercado. Pela reconhecida fragilidade que possuem, necessitam de políticas públicas adequadas às suas características. Este capítulo busca discutir questões relacionadas a esta fragilidade. Está dividida em duas partes: a primeira parte busca embasar, teoricamente, a concepção de Micro e Pequenas Empresas; e a segunda parte, abordar sobre a presença destas empresas em países selecionados, no Brasil e nos estados, destacando o estado de Mato Grosso do Sul

2.1 EMBASAMENTO TEÓRICO SOBRE O SURGIMENTO E CONSTITUIÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Para que as micro e pequenas empresas possam beneficiar-se de incentivos fiscais, previstas nas legislações brasileiras, estas empresas devem inserir-se dentro de certos limites, atendendo critérios que possam classificá-las em microempresa ou empresa de pequeno porte.

Estes critérios e limites são variados.

Um destes limites refere-se à receita bruta anual, segundo o Estatuto da Micro e Pequena Empresa, de 1.999, atualizados pelo Decreto nº 5.028, de 31 de março de 2004, estabelece em seu artigo primeiro, incisos um e dois:

- I - microempresa, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos);
- II - empresa de pequeno porte, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que, não enquadrada como microempresa, tiver receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos) e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais) (BRASIL, 2004).

Outro critério é definido pelo regime simplificado de tributação, o Simples Nacional, uma lei de cunho tributário instituída pela Medida Provisória 275/05, convertida na Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, ao qual adota critérios e limites diferentes para definir

microempresa e empresa de pequeno porte. Em seu capítulo VI, artigo 33, estabelece os seguintes limites:

- I - microempresa a pessoa jurídica que tenha auferido, no ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais);
- II - empresa de pequeno porte a pessoa jurídica que tenha auferido, no 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) (BRASIL, 2005).

No dia 10 de novembro de 2011, a Presidente da República, Dilma Rousseff, sancionou a Lei Complementar 139/11, ao qual ampliou em 50% (cinquenta por cento) o teto do faturamento bruto anual, alterando as faixas de enquadramento das empresas incluídas no Supersimples ou Simples Nacional. As empresas de micro porte passaram de R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) para R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) o faturamento bruto anual e as empresas de pequeno porte, de R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais) para R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

O SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, além de utilizar os limites e critérios do Estatuto das Micro e Pequena Empresas, estipula o tamanho das empresas pelo número de funcionários que estas empregam:

- Microempresa: I) na indústria e construção: até 19 funcionários; II) no comércio e serviços, até 09 funcionários.
- Pequena empresa: I) na indústria e construção: de 20 a 99 funcionários; II) no comércio e serviços, de 10 a 49 funcionários (SEBRAE, 2007).

Uma vez constituída e ajustada dentro de um dos critérios que definem como empresas de micro e pequeno porte, podemos verificar, ao analisar a economia, que estas empresas não se desenvolvem de forma homogênea ou mesmo segue um padrão único de crescimento.

Para ser constituída, são necessários que estas empresas atendam alguns procedimentos e exigências para a sua formalização e, conseqüentemente, para a sua legalização. Estes procedimentos de abertura e funcionamento são estabelecidos pelos governos locais (município e estado), assim como pelo governo federal, conforme a realidade e atuação da empresa. Estes são necessários para que exista uma organização no mercado, relacionados a locais de funcionamento, a segmentos de atuação, ao cumprimento de exigências fiscais e sanitárias, estrutura física, segurança, entre outros, que devem ser fiscalizadas e autorizadas por órgãos competentes dentro das esferas municipal, estadual e federal. Estes procedimentos de abertura e funcionamento são exigências feitas para o

funcionamento da empresa. Em contrapartida, o que se pode esperar do município, estado e federação?

Podemos perceber que muitas regiões desenvolvem-se mais que as outras.

O fato, rudimentar, mas consistente, é este: o crescimento não surge em toda a parte ao mesmo tempo; manifesta-se com intensidades variáveis, em ponto ou pólos de crescimento; propaga-se, segundo vias diferentes e com efeitos finais variáveis, no conjunto da economia (PERROUX, 1967, p. 167).

Ou seja, além destas exigências de formalização e legalização existe um padrão de procedimentos que estas empresas possam seguir? Ou estão condicionadas a sua própria sorte para se organizarem?

Um estudo de caso realizado por Suzigan, Garcia & Furtado (2007), que analisou sistemas de produção local, no Estado São Paulo, verificou-se que a formação das empresas analisadas...

[...] surgiram em decorrência de acidentes históricos, como por exemplo, desenvolvimento local de conhecimentos ou habilidades específicas, ou de condições iniciais favoráveis relacionadas, por exemplo, à presença de um empreendedor pioneiro ou de instituições de ensino e pesquisa (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2007, p. 65).

Apesar desta aparente organização, os mesmos autores apontam que “[...] há cinco problemas mais relevantes que podem ser objeto de políticas ou de ações conjuntas de atores locais (SUZIGAN, GARCIA, FURTADO, 2007, p. 66)”:

O primeiro está relacionado com a falta de infra-estrutura:

[...] na maioria dos casos não há um planejamento do uso do solo urbano por estabelecimentos industriais e residenciais. Em consequência, a área urbana torna-se congestionada, a infra-estrutura se deteriora, os custos de transporte aumentam e problema de logística começam a enfraquecer a competitividade das empresas locais, dificultando ou impedindo o crescimento do slp (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2007, p. 66).

A infra-estrutura torna-se um fator preponderante para a permanência das empresas.

O segundo problema refere-se ao “limitado desenvolvimento das instituições locais.” (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2007, p. 67). Existem deficiências em cursos que propiciem a qualificação de uma efetiva mão-de-obra a estas empresas. Poucos centros de ensino técnicos e de graduação, pós-graduação e de laboratórios. Na maioria dos casos, estas

qualificações são proporcionadas pelas próprias empresas. Aqui, também inclui o papel pouco relevante dos governos locais. As futuras empresas, ou mesmo as empresas atuais que desejam expandir-se, necessitam de pessoas qualificadas para assumirem as inúmeras funções pertinentes as operações das empresas, tanto de serviço quanto de produção.

O terceiro problema está relacionado com a falta de uma organização que lide com crises e tendências revolucionárias, que proporcione um norte firme e seguro frente a mudanças técnicas, organizacionais ou de mercado. Ou seja, em momentos de crise, os empresários, principalmente de micro e pequenas empresas, devem encontrar apoio e orientação apropriados com informações pertinentes e úteis.

O quarto refere-se à influência negativa que as grandes empresas podem provocar, minando os interesses de pequenas empresas, enfraquecendo-as, desestimulando-as ou mesmo impedindo estas em atuarem de forma mais livre e independente no mercado. Deve-se ressaltar que muitas situações deste tipo ocorrem por falta de uma melhor união das pequenas empresas frente aos problemas que surgem.

E o quinto problema, está relacionado com a poluição ambiental.

Além dos problemas enumerados acima, as micro e pequenas empresas apresentam outras, a nível interno, as quais são: *lay-out* inadequado; gestores sem qualificação adequada; produtos de baixa qualidade com o intuito de oferecer um produto de baixo preço; resistência à cooperação; incapacidade ou deficiência de gerar ativos estratégicos com vistas a sua permanência no mercado; dificuldade no acesso a informações sobre novos produtos, tecnologias e tendências; deficiência no controle de qualidade ao longo da cadeia de produção de seus produtos; falta de profissionais ou firmas especializadas na prestação de serviço; e problemas ambientais (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2007).

Além destas características, o desenvolvimento de políticas públicas adequadas as micro e pequenas empresas ainda pode ser dificultado pela heterogeneidade que estas empresas possuem e pelo ambiente em que atuam (CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M, 2002).

Todos os organismos de mercado, que possuem uma relação ou possam contribuir com a permanência de micro e pequenas empresas no mercado, devem existirem de forma harmoniosa e em sintonia com as necessidades destas empresas. Nenhuma micro ou pequena empresa consegue atuar de forma isolada no mercado. É necessário que existam trocas em forma de informações, instruções, treinamentos, tecnologias, entre outros, que fortaleçam todo o sistema.

Com o intuito de criar legislação específica e estabelecer normas gerais para definir e prever tratamento diferenciado e favorecido para as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), foi criada a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, ao qual estabelece em seu artigo primeiro:

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 (BRASIL, 2006):

Com esta nova lei, espera-se que as micro e pequenas empresas possam encontrar condições mais apropriadas para se manterem no mercado.

Muitas micro e pequenas empresas dão uma maior ênfase no seu ambiente interno, preocupando-se com suas atividades operacionais rotineiras, alienando-se do seu ambiente externo. Somente quando se sentem ameaçadas internamente é que passam a considerar o seu ambiente externo. No entanto, este processo produz respostas muito lentas. Não se deve mudar apenas quando já se está sofrendo as conseqüências externas, deve-se ter a capacidade de prevê-las e tomar medidas corretivas e adaptadas ao ambiente ameaçador que se configura.

Todas as empresas sofrem as influências do ambiente do qual fazem parte. Como meio de amenizar estas influências, necessitam atentar para determinadas características, seguir certas exigências, trilhar alguns princípios básicos comuns a todas elas, como condição primária para adaptação e a manutenção de suas atividades e, conseqüentemente, manutenção de sua sobrevivência.

Como satisfazer a todas elas?

Segundo Barquero (2002):

Os processos de acumulação de capital requerem, em grau maior ou menor, a atuação combinada de todos os fatores que configuram o fator de eficiência. Na verdade, não é possível que as redes de empresas sejam eficientes, com base na redução dos custos de transação e na obtenção de economias de escala e de escopo, se as instituições que condicionam o funcionamento das relações entre as empresas não contribuem para que se desenvolva a confiança entre os atores e não são capazes de garantir os acordos formais entre as empresas (BARQUERO, 2002, p. 30).

Sabemos que nenhuma empresa atua de forma isolada no mercado. Elas vendem e compram de forma constante. Forma-se, portanto, um elo entre empresas, consumidores e fornecedores. E todas as empresas almejam um único objetivo, a obtenção de lucro. Estas, então, atuarão no mercado, realizando trocas onde envolvam conhecimento (tecnologias), dinheiro e mercadoria para a obtenção de receitas necessárias para a sua manutenção e a contínua atuação e permanência no mercado. Toda esta troca deve ser realizada em um ambiente adequado, com leis e instituições que propiciem e incentivem o desenvolvimento e a troca entre estas empresas de forma segura e em um ambiente de confiança.

Ou seja, nenhuma empresa atua só no mercado.

Em vez de se formarem em resultado das decisões de cada empresa relativamente ao seu volume de produção e compra de serviços, os lucros são induzidos pelo volume de produção e compra de serviços de outra empresa. Na medida em que o lucro é o motor da expansão e crescimento capitalistas, a ação motriz não decorre já da prossecução e realização de lucro por cada empresa individual, apenas ligadas as outras pelo preço, mas da prossecução e realização de lucro por empresas individuais que singularmente sofrem as conseqüências do volume de produção, do volume de compras de serviços e da técnica praticada pelas outras empresas (PERROUX, 1967, p. 167).

Deve, portanto, conhecer o ambiente que atua, deve haver trocas e colaborações de forma espontânea, de forma que a integração possa gerar resultados superiores, caso agissem isoladamente e atendendo somente objetivos próprios e imediatos. Mas para isso é necessária a participação de todos. Estas empresas devem ser amparadas por instituições fortes e seguras, que garantam a consecução dos acordos realizados.

Por isso, como observa Streeck⁵ (1991), terão maiores condições de competir as cidades e regiões que contam com um sistema de instituições que lhe permitem produzir os bens públicos e gerar as relações de cooperação entre os atores que contribuem para a aprendizagem e a inovação (apud BARQUERO, 2002, p. 24).

Com instituições fortes e seguras, associado a uma intensa rede de participação, envolvendo instituições de ensino e de pesquisa, associações, sindicatos, organismos de apoio e o próprio governo, a possibilidade de se criar e de manter centros econômicos fortes e seguro é bastante alto.

⁵ STREECK, W. **On the institutional conditions of diversified quality production**. En Matzner, E. y Streeck, W. (eds.), *Beyond Keynesianism*. Elgar, Aldershot, 1991

O desenvolvimento econômico, portanto, resulta fortalecido naqueles territórios que contam com um sistema institucional evoluído e complexo. Por isso, quando as empresas estão integradas em territórios caracterizados por densas redes de relações envolvendo empresas, instituições de ensino e de pesquisa, associações de empresários, sindicato e governos locais, as mesmas podem utilizar com maior eficiência os recursos disponíveis e melhorar, assim, sua competitividade (BARQUERO, 2002, p. 24).

2.1.1 Condições determinantes de permanência no mercado

Uma empresa pode ser micro, pequena, média ou grande. O que determina o tamanho de uma empresa é o volume de trocas comerciais ou a demanda de seus produtos realizados no mercado em que atua. Mas para isso, além da empresa ter um volume de produção adequado, o mercado deve estar propenso a aceitar os seus produtos ou serviços. As pessoas devem sentir uma necessidade em adquirir estes produtos ou serviços. Ou seja, não basta possuir uma grande capacidade produtiva, o mercado deve estar disposto a absorver esta capacidade produtiva e de forma contínua.

A questão, então, é encontrar produtos ou serviços cuja demanda tende a ser elevada e durável.

Com exceção de produtos novos e inéditos ou mesmo aquelas cujas patentes são fortes, na qual as pessoas estão dispostas a pagar mais caro, por causa da marca, praticamente tudo o que existe no mercado, possui um similar. E se ainda não possui, pelo fato de ser um produto novo, é questão de tempo para que passe a ter um. A novidade, então, torna-se um importante fator de vantagem competitiva. Deve-se considerar, também, que a forma como a empresa lida com o mercado pode se caracterizar, também, como uma vantagem competitiva. A imagem da empresa, o prestígio que o produto proporciona, a forma de divulgação e publicidade tende a ser um diferencial que uma empresa pode passar a explorar como arma para distinguir de seus concorrentes. A questão, então passa, também, pela forma com que a empresa transmite sua imagem e a imagem de seu produto. São recursos a serem explorados com vistas a possibilitar uma alta absorção de seus produtos.

Cada empresa é única, com características próprias e que devem ser consideradas em uma análise de crescimento.

Como a grande maioria dos produtos no mercado já possui um similar, uma empresa, ao começar as suas atividades deve mensurar, a partir de sua capacidade de produção, sua estrutura de custos e despesas.

Segundo Penrose (2003), o não crescimento de uma empresa não necessariamente dá-se pela falta de demanda, e sim, pela limitação dos recursos empresariais disponíveis na firma. Estes são: recursos tecnológicos, recursos humanos, recursos administrativos e, principalmente, recursos financeiros.

Os recursos tecnológicos são caracterizados pelas técnicas e procedimentos com que seus produtos ou serviços são executados, e estes podem ou não ser diferentes de seus concorrentes.

Os recursos humanos referem-se às competências e habilidades que as pessoas que trabalham na empresa possuem. Está relacionado com o fato de estas pessoas serem ou não qualificadas e/ou especialistas nas áreas em que atuam, proporcionando, assim, uma vantagem competitiva a empresa.

Recursos administrativos referem-se à capacidade de lidar com os recursos humanos e tecnológicos disponíveis com o intuito de definir metas e objetivos que melhor utilizem ou explorem as qualidades e habilidades das pessoas em executar da melhor forma possível as suas funções e tarefas associadas a tecnologia que a empresa possui, utiliza e que, por consequência, pode aperfeiçoar. Está relacionada com a tomada de decisão.

Recursos financeiros referem-se as condições financeiras em poder ou não incrementar e melhor utilizar os demais recursos.

A condição de micro e pequena empresa induz ao significado de poucos recursos financeiros. Poucos recursos financeiros tende a comprometer a utilização eficiente dos demais recursos da empresa, proporcionando facilidade de entrada de outras empresas em explorar o negócio, por não conseguir criar um diferencial em relação a outras empresas relacionados aos recursos tecnológicos, humanos e administrativos, de implementar barreiras a estes novos entrantes. Isso aumenta a concorrência e, possivelmente, passa a ser um dos fatores que proporciona a taxa de mortalidade destas empresas.

As limitações dos recursos empresariais, somada as incertezas e os riscos, tornam-se um limite a expansão e fatores de insucesso das micro e pequenas empresas no mercado.

Sabe-se que novas tecnologias tendem a proporcionar diminuição dos custos de produção em grande escala e, geralmente, novas tecnologias está associado a grandes investimentos, e sabemos que o investimento é um fator limitante ao desenvolvimento de micro e pequenas empresas.

Segundo Penrose (2003), explorar seus próprios recursos é a forma mais promissora das empresas crescerem e inovarem. Mas para isso, estas empresas devem já estar preparadas para absorver a inovação, através da disponibilidade de recursos não utilizados, presentes na

empresa. Ou seja, uma empresa pró-ativa deve possuir recursos disponíveis ainda não utilizados, deve ter condições de diversificar sua atuação, de diversificar seus recursos. Deve, então, estar ciente da necessidade de atuar e de criar um ambiente de inovação, tanto em segmentos de mercado que já atua há muito tempo, como em novos ramos de atuação, diversificando os seus produtos e serviços prestados.

Assim, a diversificação passa a ser mais importante que a concorrência (PENROSE, 2003). Se a empresa possui recursos para diversificar, maior a sua probabilidade de inovar. Inovação de processos, produtos e técnicas de comercialização.

Para isso, a micro e pequena empresa deve conhecer as necessidades de seus clientes. Deve procurar informações ou indicações novas ou pouco conhecidas para melhorar o seu produto ou seu serviço. Deve criar elos de confiança, pois, segundo esta mesma autora, a continuidade da firma é uma questão de confiança, adaptabilidade e inovação.

O que define o sucesso, ou mesmo, o tamanho de uma empresa, se micro, pequena, média ou grande? As oportunidades, as habilidades de seus dirigentes, ou somente a aceitação do mercado?

2.1.2 Teoria da Competência

De acordo com Souza (2001), uma pessoa competente é capaz de agregar valor a tudo que realiza através do conhecimento e as habilidades que possui ou que venha a aperfeiçoar proporcionando, assim, maiores e melhores resultados a empresa em comparação àquela pessoa que não possui ou não procura agir, desenvolver ou aperfeiçoar seus conhecimentos e habilidades para esta finalidade. Ou seja, entende-se que as habilidades gerenciais, mesmo consideradas natas em uma pessoa, devem ser constantemente desenvolvidas, estudadas e aperfeiçoadas para que se possa ser cada vez mais competente.

Uma das principais características das micro e pequenas empresas é de que sua estrutura é pequena, podendo se ajustar de forma rápida a mudanças. Neste sentido, como todo sucesso ou fracasso está diretamente relacionada ao resultado da decisão tomada ou da estratégia escolhida, quanto mais ajustada a decisão e estratégia escolhida, maior tende a se ajustar a suas necessidades e exigências do mercado e, por consequência, maior sua competência organizacional e maior o seu resultado.

Mas para se alcançar este resultado, o dirigente da empresa, ou dirigentes, deve possuir uma capacidade de lidar com informações, de buscá-las e interpretá-las de forma

correta e desenvolver estratégias de ações. E isso implica em possuir uma competência ideal. Onde buscar ou aperfeiçoar esta competência?

Ao mesmo tempo em que uma micro e pequena empresa possui a vantagem da rápida adequação ao meio, pelo tamanho que possui e, principalmente, por ter uma única pessoa ou poucas pessoas a decidir a melhor escolha a ser tomada, esta vantagem pode ser comprometida caso estas pessoas venham a optar por uma decisão errada.

Na maioria das micro e pequenas empresas, as pessoas estão muito envolvidos com suas rotinas operacionais, como compra, venda, negociação com fornecedores e compradores, com as obrigações fiscais, com a produção ou prestação de serviço, etc., não dando muita importância ao longo prazo, às decisões estratégicas para períodos futuros. Isso pode comprometer o resultado da empresa ao longo prazo. A competência, então, deve ser entendida como forma de adequar a empresa ao ambiente em que está inserida. Deve haver competência para se adequar as exigências de mercado. Geralmente o proprietário de uma micro ou pequena empresa está mais preocupado em desenvolver o seu negócio analisando oportunidades, riscos e recursos imediatos. Portanto, segundo Longenecker, Moore e Petty⁶ (1997) apud Leiria (2002), a estratégia existe, mas não é explícita. Os resultados são baseados nesta estratégia, no entanto não é algo claro ou usado de forma mais eficiente. Neste caso, a eficiência deve envolver o longo prazo, uma análise mais profunda do mercado, e não envolver somente o curto prazo, uma análise superficial, uma análise do que é mais evidente no mercado.

Segundo Longenecker, Moore e Petty⁶ (1997) apud Leiria (2002), a sobrevivência de uma micro ou pequena empresa é determinada pela atuação do próprio empresário na condução de seu negócio. Ele quem determina o caminho que a empresa deverá seguir através de critérios próprios de avaliação. Assim, pode-se afirmar que o sucesso de uma empresa deste porte está diretamente relacionado à capacidade de seu proprietário em interpretar, da melhor forma possível, o ambiente em que atua. Quanto mais afinado esta interpretação com a realidade da empresa e da economia em que atua, mais acertadas serão as suas decisões e por consequência, melhores serão os seus resultados e lucros. (LEIRIA, 2002, p.18)

No entanto, a competência é algo nato ou pode ser aperfeiçoado? Na década de 60, um psicólogo americano, David McClelland, realizou um estudo com vários empresários bem sucedidos para poder identificar as características em comum a estes empresários que o levaram ao sucesso de seus negócios. Estas características, relacionadas à personalidade

⁶ LONGENECKER, J. G.; MOORE W.; PETTY J. W. Administração da pequena empresa. São Paulo. Makron Books, 1997.

destes empresários, foram denominadas de características empreendedoras. Algumas delas são: iniciativa, visão de oportunidade para novos negócios, persistência, capacidade de correr riscos calculados, capacidade de planejamento, poder de persuasão, redes de contatos, habilidade de negociação, uso do poder, entre outras (LEIRIA, 2002).

Considerando as micro e pequenas empresas, os proprietários destas empresas devem ter uma capacidade de se adequarem a várias situações simultânea de forma eficiente e rápida. Sabemos que nas empresas deste porte praticamente não existem pessoas o suficiente ou mesmo qualificadas para que se possa delegar funções e responsabilidades, permitindo que o proprietário direcione suas ações e pensamentos exclusivamente nas atividades mais importantes e vitais. Nestas empresas o proprietário deve ser versátil, lidar com várias situações ao mesmo tempo, como o controle das vendas, compras, publicidade, funcionários, ou seja, deve ser capaz de resolver problemas e tomar decisões rapidamente, dominar e incorporar práticas de gerenciamento dentro de suas atividades diárias. E isso tudo exige características e habilidades para que não se perca diante das atividades e das inúmeras informações que deve lidar e interpretar. Deve, portanto, possuir competências satisfatórias. Deve ser líder, criativo, inovador e até mesmo, estar inserido e aberto em um constante processo de aprendizagem. E a cultura organizacional da empresa deve ser direcionada para tudo isso, com ética.

Tanto a pessoa do proprietário quanto a empresa em si, através das atividades de seus funcionários, devem possuir competências apropriadas para a sua manutenção no mercado. Segundo Gramigna (2002), a corrida pela globalização exige que as atenções estejam voltadas para o capital intelectual, pois a riqueza das empresas e das nações depende da disponibilidade do conhecimento, das habilidades e atitudes das pessoas. São essas pessoas que, com suas competências, fazem a diferença de uma empresa em suas ações, gerando vantagens competitivas.

O termo competência possui diversos conceitos, para Boog⁷ (1991), apud Leiria (2002), “[...] é o conjunto de qualidades e características que a empresa desenvolve e aperfeiçoa [...]”. Para Prahalad e Hammel⁸ (1995), apud Leiria (2002), é “[...] um conjunto de habilidades e tecnologias que resultam por aportar um diferencial para a competitividade da empresa [...]”. Estes últimos autores afirmam que uma empresa, ao descobrir o que faz de melhor, deve reunir em torno o que há de melhor em recursos humanos para tornar-se diferenciada das demais, aproveitando ao máximo esta vantagem. Para Ruas (2001),

⁷ BOOG, G. O desafio da competência. São Paulo: Best Seller, 1991.

⁸ PRAHALAD C. K.; HAMMEL G., Competindo pelo futuro. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

competência é uma atividade que diferencia a empresa perante seus concorrentes e clientes, constituindo a razão de sua sobrevivência, abrangendo todas as áreas, grupos e pessoas da organização. Para Boterf⁹ (2001), apud Leiria (2002), competência é um saber agir responsável e que é reconhecido pelos outros. Firme¹⁰ (2000), apud Leiria (2002), entende que são evidências do que o indivíduo é capaz de fazer com aquilo que sabe. Para Zarifian¹¹ (2001), apud Leiria (2002), “[...] a competência profissional é uma combinação de conhecimentos, de saber-fazer, de experiências e comportamentos que se exerce em um contexto preciso, [...] passível de validação [...]”

Ao analisar a hipótese desta pesquisa, se as políticas públicas são eficientes ao ponto de contribuir com a manutenção das empresas no mercado, deve-se considerar que não existe um conhecimento claro e satisfatório dos motivos que levam um número considerável de empresas deste segmento a encerrarem suas atividades em pouco tempo de existência. Não se trata, aqui, de um princípio que pode ser dominado. Se não são claros estes motivos, por consequência também não fica claro como as políticas públicas podem e devem atuar, de forma pontual. Pode-se considerar, então, que se ainda existem falhas sobre os resultados das políticas de apoio e de fomento a manutenção destas empresas no mercado é por que muitas das falhas são motivadas por não conhecer o motivo da fragilidade de grande parcela destas empresas no mercado. Um dos motivos seria a complexidade destas empresas em termos de atuação e de gestão. A quantidade de informações e de análise tende a torna-se grande e, por causa disso, o domínio do conhecimento destes motivos é ainda lento frente ao volume destas empresas e suas características, dando espaço para falhas ou a não observância destas falhas.

2.1.3 Fases de crescimento das empresas

Segundo Greiner¹² (1972), apud Padula (2000), uma empresa possui cinco fases de crescimento, compreendendo desde o período de sua criação até o alcance de sua maturidade empresarial. Estas fases são: início, sobrevivência, sucesso ou decolagem, expansão e maturidade. Cada uma destas fases é composta por características próprias de desenvolvimento. Tomando como referência estas fases, observa-se, sob a óptica do SEBRAE/MS, que as empresas de micro e pequeno porte, devido às suas complexidades,

⁹ BOTERF, G. L., *Compétence et navigation professionnelle*. Paris: Les Editions d'Organisatin, 1999.

¹⁰ FIRME, T. P., *Avaliação por competência*. Revista educação profissional. Ministério da Educação, ano 1, n. 2, p. 18, out./2000.

¹¹ ZARIFIAN, P., *Objetivo competência*. São Paulo: Atlas, 2001.

¹² GREINER, L. E., *Evolution and revolution as organizations grow*. *Havard Business Review*, 1972.

encontram-se em estágios diferenciados e diversificados de crescimento e de formação. Esta diferenciação e diversificação são resultados das necessidades que possuem e de problemas de gerenciamento que enfrentam na gestão de seus negócios. São empresários que iniciaram suas atividades recentemente e que necessitam de orientações referentes a esta inicialização, ou de empresários que já estão atuando no mercado há algum tempo e que necessitam de aperfeiçoamento ou de uma melhor adaptação, através de treinamentos ou consultorias. Há aqueles que, segundo o estágio em que se encontram, estão preocupados em sua expansão, em novos mercados, em exportar os seus produtos, necessitando de uma maior atenção com relação à qualidade dos produtos a serem vendidos em novos mercados frente aos seus concorrentes. Em todos estes estágios, em que os empresários necessitam adaptar o seu negócio frente ao seu crescimento e necessidades diversas, estes possuem um único objetivo, obter um resultado positivo e satisfatório de seu empreendimento. Geralmente, esta necessidade de ajuda acontece pelo motivo da dificuldade de se estruturarem internamente, procurando, para isso, auxílio externo para melhor organizarem suas rotinas administrativas, seus controles de custos, controles gerenciais, de gestão de pessoal, de atuação no mercado, etc. Trata-se, portanto, de uma constante adaptação com o objetivo de se consolidar, fortalecendo a interface da empresa perante os clientes e o mercado.

E esta complexidade acaba tornando-se um desafio para as Instituições que apóiam e fomentam as micro e pequenas empresas, pois a questão principal é como atender, de forma pontual, as necessidades de cada uma delas.

Em cada uma de suas fases de crescimento, as micro e pequenas empresas apresentam diferentes dificuldades, ou crises, mesmo considerando empresas semelhantes e em estágios similares. Esta diferenciação ocorre devido ao tempo de funcionamento da empresa, do desenvolvimento, em termos de maturidade empresarial que possui, do setor de atuação, entre outras características que fazem com que as empresas se diferenciem entre si.

Cada fase, ou período de evolução, é caracterizado por um estilo dominante de gestão necessário para atingir o crescimento esperado (PADULA; VADON¹³, 1996, apud PADULA, 2000). Cada fase, ou período de evolução, é caracterizado por algum problema dominante referente à gestão. Em cada uma das fases em que se encontra, devido aos problemas relacionados à gestão, exige que o empresário se esforce e se empenhe em encontrar soluções para transpor a dificuldade que se apresenta. Este problema dominante em cada fase deve ser resolvido para que o crescimento possa dar continuidade, ou seja, há um encadeamento de

¹³ PADULA, D. A.; VADON, J. **Uma metodologia de diagnóstico organizacional global para consultoria de gestão em pequenas e médias empresas**. Revista de Administração, São Paulo, 1996.

fases, onde cada uma é, ao mesmo tempo, causa para a fase posterior e efeito da fase anterior. Ao transpor estas dificuldades, ou crises, solucionando os problemas colocados em cada fase, terá condições em adquirir um aprendizado para as fases seguintes, até chegar à fase de maturidade. Tomando como referência estas fases, pode-se até mesmo argumentar em qual destas fases as micro e pequenas empresas mais se sentem ameaçadas ou mesmo em qual delas a maioria se mantém.

Para os autores, ao longo do desenvolvimento de uma empresa e das fases de crescimento, em que a empresa poderá passar por muitos problemas de gestão, exige que o empresário seja flexível em suas práticas gerenciais. Quando uma empresa torna-se maior, ou mesmo com o passar do tempo e com o mesmo tamanho sem rever suas práticas gerenciais, estas práticas podem tornar-se inadequadas, comprometendo o bom funcionamento e, até mesmo, a sobrevivência da empresa.

Pelas dificuldades de sobrevivência que as micro e pequenas empresas estão sujeitas, pode-se afirmar que as fases em que estas se sentem mais ameaçadas são: 1) pela fase de sucesso ou decolagem, em que existe uma forte crise de controle e, quando a micro e pequena empresa possui o controle de todas as suas atividades operacionais, pode-se encontrar ameaçada; 2) pela fase de expansão, principalmente quando esta expansão está atrelada a capital complementar externo, ou seja, de financiamento ou empréstimo (PADULA, 2000).

As fases de crescimento de uma empresa são:

2.1.3.1 Fase 1: Início

Caracteriza-se pela criação da empresa, através de uma idéia também criativa:

Nesta fase de criação da empresa, os esforços estão focalizados em duas preocupações principais: a primeira é a criação de um produto ou serviço e a identificação do respectivo mercado: a segunda está ligada ao provisionamento dos recursos financeiros (PADULA, 2000, p. 71).

Nesta etapa o dono do empreendimento é o responsável por tudo na empresa, pela estrutura física, organização das atividades de compras, vendas, de produção e comercialização, dos planos estratégicos e operacionais, etc. É a fase em que a cabeça do empresário iniciante está repleto de idéias. É caracterizado, também, pela crise de liderança. Esta fase constitui-se das seguintes atividades (PADULA, 2000):

- a) projetar ou planejar a organização;

- b) determinar o volume de recursos físicos, materiais, humanos e financeiros necessários ao investimento;
- c) buscar e captar recursos;
- d) realizar as operações que permitam o funcionamento da firma, tais como registro, instalações, contratações, entre outras;
- e) elaborar o plano de negócios a fim de se conhecer o que realmente será a empresa;
- f) organização da empresa (sua estrutura física);
- g) definir em que área atuar;
- h) preparar documentação necessária para registrar a empresa;
- i) organizar atividades administrativo-financeiras básicas iniciais.;
- j) auxílio para definição do mercado de atuação;
- k) desenvolvimento do produto ou serviço prestado;
- l) criação de um produto ou serviço;
- m) identificação do respectivo mercado;
- n) concepção e fabricação de produtos e serviços.

A crise de liderança caracteriza-se pelos seguintes problemas:

- a) de comunicação formal para informal;
- b) em recrutar e instalar colaboradores eficientes e com iniciativa;
- c) de provisionamento dos recursos financeiros para o início das atividades;
- d) na inexistência de planejamento estratégico ou operacional;
- e) de estrutura informal;
- f) em papéis e responsabilidades não definidos;
- g) na ausência de sistemas de avaliação e recompensa.

2.1.3.2 Fase 2: Sobrevivência

Nesta fase a organização das atividades dentro da empresa, como definições de funções a serem realizadas e as responsabilidades operacionais de cada um de seus integrantes, ficam mais claras, mais evidentes, em decorrência da assimilação das atividades operacionais na fase 1. Na fase de sobrevivência, segundo Padula (2000, p.72) “[...] as definições de funções aparecem para tornar explícitas as delegações de autoridades e responsabilidades operacionais.”. Já é possível verificar uma divisão da tomada de decisão em

decorrência de um inicial controle administrativo, uma direção das atividades. As principais características desta fase são:

- a) penetrar, conquistar e ocupar um espaço no mercado;
- b) realizar, através das atividades operacionais diárias, os primeiros testes e avaliações dos produtos ou serviços e dos processos de fabricação, com vistas a um conceito de qualidade aceito pelos clientes;
- c) buscar estabilidade de mercado e financeira, no intuito de cobrir todos os gastos e custos e poder vislumbrar o futuro crescimento;
- d) o dono ou empreendedor tende a cuidar de todos os assuntos da empresa, especialmente os de ordem financeira;
- e) definição da estrutura funcional;
- f) organização das atividades da empresa;
- g) instalação de uma organização funcional: separação das funções de produção com as de comercialização;
- h) definições de funções para tornar explícitas as delegações de autoridades e responsabilidades operacionais;
- i) implantação de sistemas de contabilidade e de procedimentos de produção;
- j) para as suas decisões de gestão, utiliza-se de um sistema de controle de gestão, geralmente orçamentário (controle financeiro da empresa, fluxo de caixa).

A crise de autonomia caracteriza-se pelos seguintes problemas:

- a) os sistemas de gestão implementados tornam-se, pouco a pouco, inadequados pois a empresa esta se tornando mais complexa;
- b) reclamação das pessoas em terem uma maior autonomia, pois tudo ainda passa pelo dono da empresa, podendo emperrar algumas ações dentro da empresa;
- c) algumas pessoas ainda não se encontram preparadas para a delegação;
- d) provisionamento dos recursos financeiros, materiais e humanos;
- e) recompensa através da melhoria dos salários e por mérito.

2.1.3.3 Fase 3: Sucesso/Decolagem

Segundo Padula (2000), nesta fase a empresa encontra-se em uma etapa satisfatória de sucesso e de rentabilidade de seu negócio. Dessa forma, deverá escolher entre duas opções: aproveitar a fase de sucesso e decolar, crescer, ou manter-se do mesmo tamanho, com os níveis de estabilidade e rentabilidade satisfatórios.

Caso escolha em decolar, em crescer, deverá utilizar-se de uma estrutura descentralizada, ou seja, delegar poderes e funções a outras pessoas da empresa. Segundo Padula (2000), a delegação, além de ser necessário para dar suporte ao crescimento da empresa, deve ser utilizada de forma oportuna para proporcionar formação e motivação ao corpo gerencial intermediário. No entanto, enfrentará dois problemas: o primeiro, relacionado em como satisfazer à possível necessidade de capital adicional em forma de empréstimo ou financiamento para bancar o seu desenvolvimento, ou seja, onde obter capital adicional e; o segundo, relacionado em definir quais recursos ou capacidades gerenciais são necessário implementar para dar suporte ao crescimento da empresa. As principais características desta fase são:

1) caso deseje permanecer no patamar de negócios atual (continuar a comandar as atividades cotidianas da empresa, gerenciando as pequenas mudanças estratégicas):

- a) deve realizar esforços dedicados ao atingimento das vendas planejadas no primeiro estágio;
- b) fazer com que a capacidade de produção instalada seja toda ocupada com o volume de vendas;
- c) realizar esforço para definição das responsabilidades e papéis dos funcionários da empresa;
- d) realizar delegação de certas responsabilidades

2) caso deseje continuar a crescer (preocupar-se em obter recursos financeiros necessários para financiar o crescimento, em novos produtos ou serviços, e preocupar-se com o contínuo desenvolvimento dos recursos e capacidades gerencias para dar suporte ao crescimento esperado):

- a) deverá implantar uma estrutura organizacional descentralizada
- b) as responsabilidades de gestão de departamentos e de divisões devem ser delegadas aos gerentes;
- c) implantar sistemas de controle de gestão por centro de lucro;
- d) desenvolver sistema de controle através de relatórios periódicos provenientes das diferentes gerências;
- e) com a delegação, o dono passa a ter mais tempo para atividades mais estratégicas (políticas, objetivos, estratégias, orçamentos)

A crise de controle caracteriza-se pelos seguintes problemas:

- a) poderá surgir tensões e conflitos na tomada de decisões ou na repartição de tarefas, autoridades e responsabilidades;

- b) deverá elaborar um novo planejamento, desta feita mais minucioso do que aquele realizado na fase Início, dedicando especial atenção à previsão de recursos para o crescimento;
- c) estabelecer estratégias de crescimento voltadas à atuação externa, principalmente para aumento da competitividade, diversificação de produtos ou serviços e expansão de mercados;
- d) reestruturar sua organização de maneira que comporte o crescimento;
- e) desenvolver recompensa individual.

2.1.3.4 Fase 4: Expansão

Segundo Padula (2000), esta fase é caracterizada pela necessidade de recursos para financiar o crescimento da empresa e por uma maior coordenação das atividades operacionais para assegurar a organização e o controle da unidade organizacional da empresa. Devido à sua expansão, onde possui uma melhor definição de setores e de tarefas, faz-se necessário a utilização de sistemas formais de administração compatível com o alto nível de especialização, utilizada na divisão de tarefas entre departamentos e na coordenação entre as diversas atividades gerenciais.

Devido à crescente necessidade de coordenação das diversas atividades desenvolvidas na empresa, que se tornam cada vez mais complexas, esta tende a possuir um grande número de sistemas informatizados e de procedimentos de controle e, conseqüentemente, um volume cada vez maior de papeis. Nesta fase a empresa torna-se grande e complexa demais para ser administrada por sistemas rígidos e formais de controle. Suas principais atividades constituem-se de:

- a) reorganização profunda da estrutura inicial;
- b) oferecimento de suporte capaz de contribuir para a introdução de novos produtos ou serviços, para o crescimento no volume de vendas e à integração da cadeia produtiva;
- c) implementação das estratégias definidas na etapa de crescimento;
- d) constante atualização em termos de tecnologias, mercados, produtos ou serviços, entre outros, com vistas à manutenção da empresa no mercado;
- e) redefinição do futuro da empresa;
- f) estabelecimento de políticas e objetivos;
- g) planejamento formal e participativo;

- h) organização das linhas de produto;
- i) implantação de procedimentos de controle de gestão mais abrangentes;
- j) contratação de especialistas para compor o staff para a alta administração;
- k) criação de organismos de coordenação.

A crise da burocracia caracteriza-se pelos seguintes problemas:

- a) excesso de burocracia;
- b) papeladas se proliferam;
- c) procedimentos assumem maior importância do que a solução dos problemas, diminuindo as possibilidades de inovação;
- d) estrutura descentralizada, mas controlada;
- e) participação nos lucros.

2.1.3.5 Fase 5: Maturidade

Nesta fase é realizada uma análise dos sistemas rígidos e formais de controle que se instauraram na fase anterior. É caracterizado pelo desenvolvimento de mecanismos que facilite as colaborações interpessoais, objetivando superar a crise burocrática instalada na fase anterior, através de um esforço em comum de ações que lhe assegure o domínio de seu crescimento sem perder de vista o espírito empreendedor. Padula (2000) descreve esta fase como a do crescimento pela colaboração. “Finalmente, a empresa atingiu um estágio de “Grande Empresa” e dispõe de uma quantidade considerável de recursos humanos, financeiros, tecnológicos, físicos e mercadológico.” (PADULA, 2000, p. 76). Estes recursos, então, devido à maturidade em que a empresa se encontra, serão utilizados de forma eficiente e colaborativa.

As principais características desta fase são: a solução rápida de problemas pela utilização da ação em grupos; sistemas formais simplificados e combinados em sistemas mais simples e com múltiplos objetivos; oferta de programas de educação e formação aos gerentes da empresa, visando à melhoria de suas capacidades de trabalho em grupo e de resolução de conflitos; sistemas informatizados mais integrados ao processo decisório; incentivos a novas práticas de gestão, de produção, entre outros, que visem à inovação de procedimentos. As principais características desta fase são:

- a) desenvolvimento de uma administração colaborativa, com a participação de todos os gerentes nas decisões da empresa;
- b) desenvolvimento de sistemas formais de escuta e avaliação;

- c) aquisição de tranquilidade relativa;
- d) replanejamento ordenado do futuro;
- e) estágio de grande empresa;
- f) possui quantidade considerável de recursos humanos, financeiros, técnicos, físicos e mercadológicos;
- g) desenvolvimento de mecanismos que facilitem a colaboração interpessoal para superar a crise burocrática;
- h) autodisciplina no lugar dos controles formais;
- i) capacidade de inovação.

2.1.4 A dinâmica das micro e pequenas empresas

A literatura existente referente à micro e pequenas empresas são escassas. Em muitas obras a abordagem sobre micro e pequenas empresas são ressaltadas para demonstrar a dificuldade destas empresas em se manterem no mercado, destacando sua fragilidade frente à concorrência, a dificuldade de crédito, de capital, falta de condições em inovar, em investir em pesquisas e atuando, assim, de uma maneira marginal, nos interstícios de mercado.¹⁴

É evidente o quanto o mercado é influenciado pelas grandes empresas, pelas decisões que estas tomam, pelas inovações, propiciadas pelo forte investimento em pesquisas. O que resta, então, para as micro e pequenas empresas? Que força ou influência estas podem exercer sobre o mercado? O que resta a estas empresas em termos de ação e trajetória e seguir?

Apesar de toda esta configuração, da acirrada concorrência, da reestruturação empresarial, com a concentração da produção através de fusões e criação de grandes conglomerados, é necessário que empresas de micro e pequeno porte estejam atentas para novas oportunidades que venham a surgir no mercado, preenchendo lacunas que as grande não conseguem ou não tem o interesse de preencher.

Considerando a baixa disponibilidade de capital e uma complexa legislação tributária, o insucesso de novos empreendimentos reside em muito na carência de conhecimento sistematizado que permita abordar de forma eficiente e segura.

Sem dúvida nenhuma, os programas de financiamento e os serviços de desenvolvimento gerencial são ferramentas cruciais para contribuir com o progresso das

¹⁴ Interstício é o termo utilizado por Edith Penrose, em seu livro “A Teoria do Crescimento da Firma”(1959), para designar o espaço no mercado aos quais as pequenas empresas podem aproveitar. Mercado este dominado, geralmente, por grandes firmas, que possuem forte poder de concorrência e influência sobre estas pequenas empresas e que, por exercer tais influências, podem interferir no desempenho destas.

micro e pequenas empresas, visando proporcionar a este segmento novos conhecimentos e tecnologia com objetivo de prepará-las para a competitividade e a globalização.

Dedicação e espírito empreendedor é fundamental. Alguns autores, como Boterf (apud RUAS¹⁵, 2000), Zarifian¹⁶ (2001), Fleury e Fleury (1999¹⁷, 2001¹⁸), Dutra¹⁹ (2001) e Ruas (2000¹⁵, 2001²⁰), apud Leiria (2002), afirmam, através de seus estudos:

[...] que as competências gerenciais – o conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes das pessoas, aliadas ao ambiente onde elas estão inseridas – tendem a promover um diferencial na vida destes empresários e, por consequência, em seus negócios, podendo torná-los diferenciados dos demais (LEIRIA, 2002, p. 12).

Destaco o raciocínio de que o valor utilizado para a constituição de uma empresa deve ser comparado como um investimento a longo prazo. Este raciocínio é devido ao fato de que no momento em que se abre uma empresa não se define a data de seu fechamento. Espera-se que a empresa, uma vez aberta e iniciada a suas atividades, sejam estas de venda de produtos ou prestação de serviços, se mantenha no mercado por tempo indeterminado e que também venha a crescer. Pelo fato de envolver um tempo indeterminado, ou seja, o longo prazo, este investimento esta sujeitos a riscos. Estes riscos surgem devido a impossibilidade de poder prever de forma segura o que pode ocorrer a longo prazo, em termos de resultado. E esta imprevisibilidade acontece pelo fato da empresa estar inserido na economia, recebendo a influência de diversos agentes externos, como concorrentes, legislações governamentais, preferências de consumidores, influências de mudanças tecnológicas, ou seja, sofrer a influencia de variáveis ao qual ela não tem domínio, não tem o poder de modificação e que, apesar disso, podem influenciar internamente esta empresa.

Uma condição essencial para a criação e surgimento de uma empresa é a existência no mercado de demanda o suficiente que justifique a sua permanência, cuja demanda proporcione condições para que esta possa sobreviver. Para isto, as empresas devem lançar mão de recursos e técnicas disponíveis para poder identificar e desfrutar desta demanda e, assim, garantir a sua sobrevivência neste mercado.

¹⁵ RUAS, R. L. **Uma revisão da noção de competências gerenciais**: a valorização da performance. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto alegre, 2000.

¹⁶ ZARIFIAN, P., **Objetivo competência**. São Paulo: Atlas, 2001.

¹⁷ FLEURY, A., FLEURY, M. T. L. **Aprendizagem e inovação organizacional**. São Paulo: Atlas, 1999.

¹⁸ _____. **Estratégias empresariais e formação de competências**. São Paulo: Atlas, 2001.

¹⁹ DUTRA, J. S. **Gestão por competências**. São Paulo: Gente, 2001.

²⁰ RUAS, R. L. **Gestão das competências gerenciais e a aprendizagem nas organizações**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto alegre, 2001.

Estes recursos e técnicas devem ser alcançados pela empresa através do tempo, ou através das experiências que possam a vir acumular ao longo de sua existência ou através de cursos e treinamentos específicos, oferecidos por entidades de apoio e de fomento. Assim espera-se que consiga obter condições de se manter no mercado por tempo indeterminado, contribuindo com o desenvolvimento da região onde atua. Mas para permanecer no mercado por tempo indeterminado é necessário que tenha condições de manter, de forma constante, todas as suas operações em atividades, principalmente relacionados às suas obrigações, ou seja, condições de pagar suas contas em dia, com uma positiva capacidade de pagamento. E para isso é necessário que obtenha receita o suficiente, proveniente de suas vendas. E isso somente conseguirá se o mercado consumidor, ou seja, os seus clientes aceitarem a absorverem o produto ou serviço que a empresa está oferecendo no mercado.

Portanto, entre os mais variados objetivos pelo qual estas empresas existam, pode-se afirmar que o principal é o de obter lucro e/ou de crescerem. Já foi mencionado que nenhuma empresa abre com uma data definida para o seu fechamento. Ao contrário, espera-se que, no momento em que passe e existir, ela permaneça em atividade no mercado por tempo indeterminado, que cresça e obtenha lucro. Crescimento não somente no sentido de aumentar de tamanho, com abertura de filiais, com o contrato de mais funcionários, mas, também, no propósito de poder se firmar com uma marca forte, com um nome conhecido, que proporcione confiança nos produtos ou serviços que presta.

Mas para isso deve haver a oportunidade, deve haver um espaço no mercado em que possam atuar. Espaço este em atividades que seja possível esta atuação de forma satisfatória, ou seja, que obtenham condições de obter lucro e de crescer. Talvez o fato de atuarem em espaços que não sejam aqueles que estão dentro de seu conhecimento ou condições de atuação é que justifica o motivo pelo qual a incidência da mortalidade de micro e pequenas empresas seja alto e que, portanto, deve ser algo a considerar.

Quais as dificuldades, portanto, que as micro e pequenas empresas enfrentam ao longo de sua trajetória? Possuem meios de obterem informações que sejam eficazes e, assim, com o acesso a estas informações, possam ter resultados satisfatórios no processo de criação, surgimento e manutenção no mercado? Que tipo de auxílio possuem neste sentido, quais mecanismos de apoio e de fomento estão a sua disposição? Estes mecanismos de apoio e de fomento são eficazes?

Uma das características defendidas é de que o futuro empresário tenha habilidades e aptidões apropriadas para estar à frente de um empreendimento, mesmo de pequeno porte. Um deles é a aptidão empreendedora, que não tenha medo, que tenha iniciativa em explorar

idéias novas, que seja criativo. Sabemos que o mercado é propenso em aceitar coisas novas e úteis. Mas a novidade é algo acessível, é algo fácil de se obter sem capital, sem o investimento em pesquisa e tecnologia? As micro e pequenas empresas não possuem este acesso, pelo menos de forma satisfatória.

O poder público também tem uma participação neste sentido. Em todas as suas esferas, deve trabalhar com uma legislação apropriada para o incentivo e criação de micro e pequenas empresas.

Ou seja, não basta o empresário ter uma grande idéia, tem que possuir condições, recursos e ambientes apropriados.

Uma das maneiras sugeridas para o nascimento de um ambiente, geralmente delimitado geograficamente, apropriado para a criação e surgimento de micro e pequenas empresas seria a utilização da concepção de Arranjos ou Sistemas Locais de Produção. No entanto, não é o objetivo desta pesquisa desenvolver uma pesquisa tendo como referências as concepções de Arranjos ou Sistemas Locais de Produção e nem de nenhuma outra que tenha como objetivo limitar a um espaço geográfico ou um grupo específico de empresas que se beneficiam de algum tipo de tratamento diferenciado que o caracteriza dentro destas concepções específicas ou de algum outro tipo de conglomerado. Pretende-se analisar empresas aleatoriamente para verificar as dificuldades encontradas por estas ao longo de sua existência e o impacto destas empresas com relação às políticas de apoio e de fomento oferecidas.

No entanto, de forma bastante sucinta, será realizada uma análise sobre a concepção de Arranjos ou Sistemas Locais de Produção. Esta análise visa apenas ponderar sobre o quanto esta concepção de tratamento pode ou não ser realmente considerada como uma solução definitiva, ou não, para as dificuldades encontradas pelas empresas de micro e pequeno porte.

2.1.5 A Economia da Micro e Pequena Empresa

Com a perspectiva de permanência no mercado por tempo indeterminado, as micro e pequenas empresas devem agir de uma maneira que garanta e favoreça esta permanência. Levando em consideração um raciocínio esperado e lógico de desenvolvimento, espera-se que, uma vez iniciada, mesmo de forma micro ou pequena, uma empresa com o tempo passe a obter conhecimentos cada vez mais específicos sobre sua área de atuação e, assim, possa garantir condições de crescimento e de geração de lucros. Conhecimentos estes mais

aprofundados sobre si mesma, com relação aos seus clientes em potenciais, seu nível de venda, um controle mais aprofundado sobre seus custos e despesas, análise dos investimentos realizados, entre outros ²¹. Com o conhecimento específico acumulado sobre sua área de atuação, através de suas experiências, qualificações e aperfeiçoamentos, o empresário tende, pelo menos dentro de um raciocínio de desenvolvimento, a crescer e a proporcionar lucros cada vez maiores para a sua empresa. No entanto, ao longo da trajetória das micro e pequenas empresas, muitas não conseguem estes resultados. Algumas empresas não conseguem em decorrência das condições desfavoráveis do mercado ou ramo de atuação. Outras pelo fato do empresário não sentir a necessidade de crescer ou obter maiores lucros e, assim, se acomodar. E ainda outras pelo simples fato dos empresários não se aperfeiçoarem, através de uma maior qualificação por meios de cursos e treinamentos, sobre seu ramo de atividade, mantendo ou mesmo adaptando a sua empresa somente a medida em que se sentirem forçados a se adaptarem, ou seja, realizar a mudança somente depois que muitas outras empresas concorrentes já mudaram. Trata-se, neste último caso, de empresários que tendem a tomar apenas decisões reativas, ou seja, apenas realizam a mudança depois que os seus concorrentes no mercado já mudaram. Isto pode inviabilizar o seu negócio, pois até a adaptação ocorrer seus produtos ou serviços podem se encontrar em um estágio já ultrapassado, atrasado e antiquado. Não deixa de se tratar de uma acomodação, até o momento que se sentirem forçados a mudar e, a partir deste momento, agir. A trajetória das micro e pequenas empresas pode-se dar por um dos três motivos acima, ou pela combinação destes.

O empresário preocupado com a manutenção de seu negócio no mercado deve evitar tomar decisões reativas e passar a tomar decisões proativas. Ou seja, tomar uma decisão, definir um caminho, uma trajetória a seguir antes que o seu concorrente o faça. Mas isso exige preparo, qualificação, experiência, análise e percepção do mercado a respeito desta atuação. Deve-se considerar que o caminho ou a trajetória de uma empresa não está totalmente sobre o domínio da empresa e que para percorrer esta trajetória a empresa deve lidar de forma eficiente com os obstáculos do mercado.

Deve, então, explorar, de forma eficiente, seus recursos a que tem domínio, considerando o seu ambiente interno. Os recursos a que tem domínio, relacionado à concepção de ambiente interno da empresa, deve ser entendida como tudo aquilo que a

²¹ Considera-se, aqui, que o empresário tenha a preocupação de acompanhar e realizar anotações de todos os gastos desembolsados pela empresa, relacionados a custos, despesas e retorno dos investimentos. A análise referenciada leva em conta os tipos de empresários que se esforçam em utilizar mecanismos que proporcione a obtenção destes conhecimentos, e não o empresário acomodado, que não se aperfeiçoa e se qualifica neste sentido.

empresa pode modificar, que possui controle sobre a suas ações e resultados, como a tecnologia que domina em sua linha de produção ou prestação de serviço, seu controle de produtividade, como a análise de custos e despesas, o resultado das atividades executadas pelos seus funcionários, entre outros, que esteja sob o comando da empresa, sob sua administração. Diferente da concepção de recursos do ambiente externo da empresa que deve ser entendida como tudo aquilo que a empresa não tem domínio, que não pode modificar, que não possui controle sobre a suas ações e resultados, mas cujas ações afetam internamente as operações e resultados da empresa, como medidas governamentais, decisões tomadas pelos seus concorrentes e fornecedores, variáveis tecnológicas, políticas, legais, ambientais, sociais, econômicas, etc.

Para lidar com as influências de seu ambiente externo, deve conhecer muito bem o seu ambiente interno, em termos de capacidade, de produtividade, de resultado, de adaptação, de assimilação, entre outros, e dominá-los. Mas para isso, esta empresa deve ter pessoas com capacidades específicas que possam lidar com esta situação, devem possuir recursos humanos com habilidades em lidar com seu ambiente externo, adaptando o seu ambiente interno frente às novas situações que tendem a aparecer. Pessoas com habilidades muitas vezes específicas, adquiridas através da experiência e da permanente qualificação.

A partir do raciocínio acima pode-se entender que o único meio da empresa poder se defender de seu ambiente externo é realizar as adaptações em seu ambiente interno. É indagar sobre como lidar com novo, como explorar seu produto ou serviço de forma inovadora. No entanto, da mesma forma que uma empresa sofre a influência do seu ambiente externo, ela também pode influenciar o seu ambiente externo através de novas formas de comercialização, de novos produtos e serviços. Mas o novo nem sempre é algo que está disponível e à vista de todos. Geralmente isto requer desenvolvimento e pesquisa. E para realizar desenvolvimento e pesquisa de um produto ou prestação de um serviço, é necessário tempo e dinheiro, ou seja, investimentos.

É nesse sentido que as micro e pequenas empresas possuem dificuldades. Se o baixo volume de vendas pode inviabilizar financeiramente uma micro e pequena empresa em manter suas atividades operacionais, a necessidade de recursos financeiros adicionais para investir em pesquisas e desenvolvimento passa a ser algo praticamente impossível.

Talvez a única forma destas empresas se manterem por mais tempo no mercado, com a perspectiva de crescimento e de lucros cada vez maiores, é de saber aproveitar os interstícios do mercado, explorando áreas que sejam lucrativas e que não sejam do interesse das grandes

empresas, de forma eficiente ou através da atuação do governo, criando políticas públicas que possibilite uma maior condição de permanência destas empresas no mercado.

Não se pretende defender a atuação e influência do governo, mas, sim, a criação de ambientes institucionais que permita a permanência das micro e pequenas empresas no mercado, com possibilidade de crescimento e de lucros crescentes. No incentivo à criação de organismos de apoio e de fomento que atuem no desenvolvimento das micro e pequenas empresas, no acesso ao crédito, de um sistema judicial que garanta o cumprimento de contratos, na valorização destas empresas.

2.1.6 Interação entre as Micro e Pequenas Empresas

Guerrieri e Pietrobelli (2000) identifica três modelos de interação entre empresas que podem ser empregados na interação de micro e pequenas empresas. Um desses modelos, segundo Lorenzoni²² (1990, apud GUERRIERI, P., PIETROBELLI, C., 2000), é denominado por Constelações de Empresas (Enterprise Constellations). Trata-se de uma configuração onde, a partir de empresas líderes posicionadas em uma colocação central, é formada uma constelação de outras empresas ao seu redor, formando várias ligações inter-empresas, onde uma empresa líder assume um papel de coordenação, de planejamento, de investimentos e prestação de serviços estratégicos.

A different and interesting approach explicitly introduces *asymmetries* among the clustered enterprises, and it is centred on the concept of '*leader-firms*' and of the *constellation* surrounding them (Lorenzoni 1990). Such '*leader-firm*' sets up numerous inter-firm linkages, and is located at the centre of them. It does not need to be a large productive firm (GUERRIERI, P., PIETROBELLI, C. 2000, p. 5).

Um segundo modelo, detectado nos Estados Unidos e outros lugares a partir de vários estudos e observações realizados por Markusen²³ (1996, apud GUERRIERI, P., PIETROBELLI, C., 2000), é o *Hub-and-spoke*. Trata-se de uma configuração de relação entre empresas onde uma ou mais empresas facilitadoras agem como âncora para a economia regional, propiciando a formação de outras empresas fornecedoras de serviços ou produtos, espalhadas a sua volta como um raio de uma roda.

²² LORENZONI, G. *L'architettura di sviluppo delle imprese minori*. Bologna: Il Mulino, 1990.

²³ MARKUSEN, A. *Big firms, long arms, wide shoulders: the 'Hub-and-Spoke' Industrial District in the Seattle Region*. *Regional Studies*, 1996.

The Hub-and-spoke ID is the second type of district empirically detected in the US and elsewhere by several studies (Markusen, 1996). It occurs where one or more firms/facilities act as anchors or hubs to the regional economy, with suppliers and related activities spread around them like spokes of a wheel (GUERRIERI, P., PIETROBELLI, C., 2000, p. 7)

E um terceiro modelo, também descrito por Markusen²⁴ (1996, apud GUERRIERI, P., PIETROBELLI, C., 2000), é denominado por “Plataforma Satélite” (Satellite platform). Consiste de um conglomerado de empresas subsidiárias, geralmente de multinacionais, estimulados pelos governos locais ou nacionais para que se instalem em uma determinada região ou localidade, com o objetivo de estimular o desenvolvimento desta região ou localidade. A desvantagem deste modelo é que não existe, necessariamente, um compromisso das empresas instaladas em realizarem trocas comerciais entre si.

The **Satellite platform** is the third type of ID described by Markusen: it consists of a congregation of branch facilities of externally based multi-plant firms. It is often induced by the policies of national/local governments to stimulate regional development. Key investment decisions are made out of the ID, and tenants of the satellite platform must be able to more or less ‘stand alone’, i.e. be spatially independent from upstream or downstream operations as well as from the agglomeration of other competitors and suppliers in the same area. There tends to be minimal collaboration among platform firms, often engaged in different activities and industries (GUERRIERI, P., PIETROBELLI, C., 2000, p. 8)

Estas configurações identificam modelos de interação entre micro e pequenas empresas e as grandes empresas ou somente entre as micro e pequenas empresas. Tratam-se de relações de troca em que as micro e pequenas empresas podem se beneficiar, como uma forma de poder superar suas fragilidades.

2.2 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CONTEXTO ECONÔMICO

Ao longo da década de 70, com a crise do petróleo e com a queda do muro de Berlim, o ambiente comercial do mundo passou a assumir um aspecto mais hábil e flexível, com uma nova ordem mundial caracterizada pelo acesso mais rápido a informações, superando uma

²⁴ MARKUSEN, A. *Big firms, long arms, wide shoulders: the ‘Hub-and-Spoke’ Industrial District in the Seattle Region. Regional Studies*, 1996.

configuração anterior que não via com bons olhos, ou mesmo não autorizava, a troca de informações e experiências, devido a uma estratégia política dominante. Com esta nova configuração as Micro e Pequenas Empresas tiveram espaço para desenvolverem de forma mais contundente.

Nas últimas duas décadas, segundo Amaral Filho (2002), chamou a atenção o fato das Micro e Pequenas Empresas passaram a proporcionar uma crescente oferta de empregos em comparação com as grandes empresas. Isto fez com que a importância das Micro e Pequenas Empresas aumentassem, principalmente em países em desenvolvimento e em países emergentes. As Grandes Empresas, neste mesmo período, tiveram, de forma contínua, um declínio na oferta de postos de emprego. No entanto, apesar deste aparente benefício, as Micro e Pequenas Empresas continuam com uma capacidade limitada de atuação e de desenvolvimento. Nesta configuração podem ser inseridas, também, as empresas de médio porte. As grandes empresas ainda figuram como as que mais se beneficiam dos processos de economia de escala, de sua capacidade de geração de receitas, de acesso a capitais para aperfeiçoar sua produção, de acesso a tecnologia de ponta, de sua estrutura produtiva e das vantagens proporcionadas pelos processos de fusões e incorporações. No entanto deve-se considerar que esta mesma situação proporcionou o surgimento de interstícios de mercado para que as empresas de pequeno porte pudessem explorar ou mesmo criar novos ramos de atuação, atendendo ou não os interesses das grandes empresas.

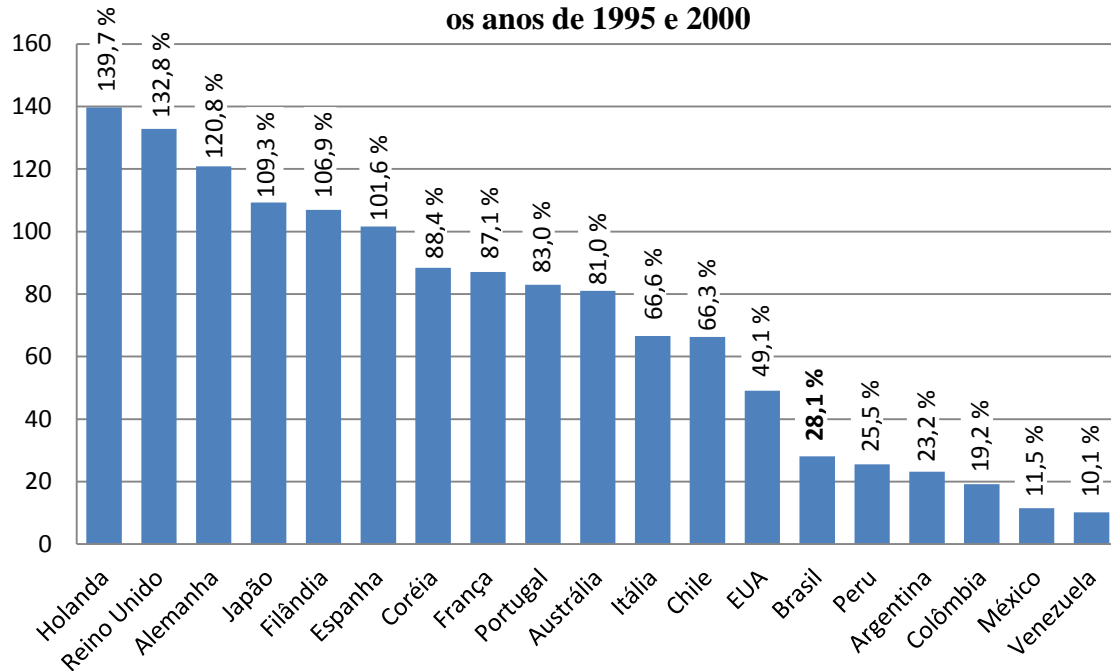
2.2.1 As micro e pequenas empresas em países selecionados

Segundo La Rovere (2002) é muito forte a relação de sucesso das Micro e Pequenas Empresas nos países desenvolvidos com os clusters ou arranjos produtivos como forma de “promover o desenvolvimento regional e o fortalecimento das MPE” (LA ROVERE, 2002, p. 72).

Nestes países, em comparação aos países em desenvolvimento, existe um maior incentivo em proporcionar meios disponíveis para o agrupamento de Micro e Pequenas Empresas. Nos países em desenvolvimento este tipo de iniciativa ainda é pouco utilizado, segundo Amaral filho (2002).

Além disso, tomando como referência um estudo realizado entre os anos de 1995 e 2000, é possível verificar a diferente importância econômica dada ao setor privado, relacionada à oferta de crédito, entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento, conforme se pode verificar no gráfico abaixo.

Gráfico 1: Crédito ao setor privado / PIB Países selecionados entre os anos de 1995 e 2000



Fonte: Fundo Monetário Internacional e Banco Mundial – Elaborado por BBV Banco (2000)

Neste gráfico é possível verificar a proporção de crédito destinado ao setor privado como um todo, em relação ao Produto Interno Bruto do País de alguns países selecionados. Enquanto países desenvolvidos ofertaram um valor maior que o seu PIB ao setor privado entre os anos de 1995 a 2000, como Holanda, Reino Unido, Alemanha, Japão, Finlândia e Espanha, o Brasil destinou menos de 30%, ainda, assim, com uma proporção maior e se destacando entre os países selecionados da América do Sul e Central (CANUTO, 2002). Esta proporção, em 2007, subiu para 34,7% no Brasil, 82% no Chile e 102% na Coreia (FREITAS e PRATES, 2009)

Na Espanha o crédito destinado as Micro e Pequenas Empresas é proveniente do governo. As garantias referentes ao valor de crédito obtido pelas Micro e Pequenas Empresa está condicionado à viabilidade do projeto elaborado (BLANCK e PALMEIRA, 2006).

No México o valor obtido referente ao crédito está condicionado ao contrato de fornecimento dos produtos ou serviços com o aval dos proprietários, ou seja, praticamente sem a existência de uma garantia real. Existe um incentivo para que as Micro e Pequenas Empresas desenvolvam relações comerciais com as grandes empresas (BLANCK e PALMEIRA, 2006).

Segundo Kantis, Ishida e Komori (2002), um estudo desenvolvido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento evidencia que as Micro e Pequenas Empresas, assim como as Médias Empresas, nos países do Leste Asiático são mais produtivas que as empresas do mesmo porte na América Latina. As empresas dos países do Leste Asiático estão mais envolvidas com exportação; aproximadamente dois terços estão envolvidos no setor tecnológico, contra um terço das empresas da América Latina. Possuem vendas mais elevadas, um número maior de pessoas abrem suas empresas e o faturamento é duas vezes maior. Em média, após três anos de operação, vendem cinco vezes mais e contratam mais.

2.2.2 As micro e pequenas empresas no Brasil e nos estados

Existe um esforço em melhorar o ambiente institucional e econômico para as Micro e Pequenas Empresas através da facilitação de registros para a formalização destas empresas, a desoneração de tributos e acesso a créditos. Um dos mecanismos de política de apoio e de fortalecimento das Micro e Pequenas Empresas no território brasileiro é o SIMPLES Nacional (LA ROVERE, 2002).

Em comparação a outros países, o Brasil possui: elevadas taxas de juros, reduzida oferta de crédito, aparato legal deficiente e inadequado, spreads bancários elevados, alta taxa de inadimplência, assimetrias de informação entre credores e tomadores potenciais (relações de proximidade e confiança) (CANUTO, 2002). Esta assimetria pode explicar o motivo das grandes empresas terem um acesso mais facilitado ao crédito do que as Micro e Pequenas Empresas, pois as grandes empresas possuem maiores condições de informações e de avaliação em níveis diferenciados em relação as Micro e Pequenas Empresas.

Há uma deficiência no acesso a qualidade de informações para avaliar o risco em oferecer crédito ao Micro e Pequeno Empresário, pois não fica clara a constituição e execução das garantias. Segundo Canuto (2002), existe uma seletividade de crédito às empresas no Brasil muito grande.

Em comparação aos países desenvolvidos a produtividade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil é baixa, segundo La Rovere (2002), abaixo dos padrões e níveis de produtividade do mundo globalizado.

Apesar da criação do SIMPLES, objetivando reduzir a carga tributária destas empresas, esta redução é bastante limitada. Os encargos trabalhistas e previdenciários são considerados altos, a política governamental de prioridade de compras é deficiente e não

muito claro, e o sistema bancário ainda não atende de forma satisfatória as necessidades de crédito destas empresas (LA ROVERE, 2002).

As políticas de apoio e de fomento são consideradas muito limitadas e tímidas. Aparentemente existe uma tendência em valorizar aquelas empresas envolvida em sistemas produtivos local, em detrimento as que não possuem esta relação.

2.2.2.1 Distribuição das empresas nas Regiões e Unidades da Federação Brasileira

Realizando uma comparação entre os estados, São Paulo é o estado que mais possui empresas de micro e pequeno porte. O estado detém 30,7% das Micro e Pequenas Empresas do Brasil. Em seguida aparece Minas Gerais, com 11,6% e Rio Grande do Sul, com 10,7%, como se pode verificar na tabela nº 01, abaixo (SEBRAE, 2007).

Considerando o nível de crescimento entre as regiões brasileiras, entre os anos de 2000 a 2004, o destaque fica para a região norte, com um crescimento de 29,1% de Micro e Pequenas Empresas. Em seguida destaca-se a região centro-oeste, com 27,2% de crescimento. A região nordeste aparece em seqüência, com um crescimento de 24,9%. Em seguida, a região sul, com crescimento de 21,65% e, finalmente, a região sudeste, com 20,6% de crescimento (SEBRAE, 2007).

Pode-se notar uma peculiaridade neste crescimento, evidenciando uma redistribuição de empresas, principalmente para aquelas regiões consideradas menos desenvolvidas economicamente, como as regiões norte, centro-oeste e nordeste. Uma explicação para esta redistribuição pode ser o fato da grande concentração de Micro e Pequenas Empresas nas Regiões sudeste e sul, cuja conseqüência desta concentração presume-se provocar uma diminuição gradativa de oportunidades de atuação e o aumento concorrencial nestas regiões, forçando muitos empresários, então, a buscarem oportunidades em regiões com maior capacidade de expansão econômica e que possuem uma maior oportunidade de atuação, com menor concorrência e/ou concentração de empresas (SEBRAE, 2007).

Ao analisar os Estados da Federação é possível verificar que os Estados que mais cresceram situam-se nestas regiões, com o destaque para o Estado do Pará, com crescimento de 35%, seguido pelos Estados do Amazonas, com crescimento de 34,9%, Roraima, com 34,4%, Mato Grosso, com 32% de crescimento, Goiás, com 31,6% e Amapá, com 30,2% (SEBRAE, 2007).

Tabela 1: Taxa de participação e de variação de Micro e Pequenas Empresas por Estado Brasileiro entre os anos de 2000 a 2004

Unidade da Federação	Taxa de Variação	Participação de Micro e Pequenas Empresas no Mercado Nacional
Acre	29,5%	00,2%
Alagoas	23,0%	00,7%
Amapá	30,2%	00,1%
Amazonas	34,9%	00,6%
Bahia	27,4%	04,5%
Ceará	23,1%	02,9%
Distrito Federal	14,0%	01,4%
Espírito Santo	19,3%	01,9%
Goiás	31,6%	03,0%
Maranhão	29,0%	01,0%
Mato Grosso	32,0%	01,6%
Mato Grosso do Sul	19,0%	01,2%
Minas Gerais	14,5%	11,6%
Pará	35,0%	01,2%
Paraíba	23,6%	01,0%
Paraná	25,6%	07,9%
Pernambuco	23,0%	02,4%
Piauí	19,9%	00,7%
Rio de Janeiro	13,3%	06,7%
Rio Grande do Norte	21,0%	01,0%
Rio Grande do Sul	18,1%	10,7%
Rondônia	21,9%	00,6%
Roraima	34,4%	00,2%
Santa Catarina	22,9%	05,3%
São Paulo	22,6%	30,7%
Sergipe	16,2%	00,5%
Tocantins	19,1%	00,5%

Fonte: SEBRAE, 2007

Com relação aos estados que registraram o menor crescimento, há uma curiosidade. Por analogia, esperava-se que, pelo menos, a maioria dos estados com menor crescimento estivesse nas regiões sul e sudeste. No entanto, dos oito estados que tiveram um crescimento abaixo de 20% de Micro e Pequenas Empresas, apenas três estão localizados nestas duas regiões, aos quais são: Rio de Janeiro, com 13,3% de aumento, Minas Gerais, com 14,5% e Rio Grande do Sul, com 18,1% de aumento. Os demais estados com crescimento abaixo de 20% estão localizados nas regiões que mais cresceram o número de Micro e Pequenas Empresas. Estas regiões e estados são: região centro-oeste, com destaque do Distrito Federal, com aumento de 14% e Mato Grosso do Sul, com 19% de aumento; região nordeste, com o Estado de Sergipe com um aumento de 16,2% e o Estado do Piauí, com 19,9%, e; região norte, destacando os Estados de Tocantins, com 19,1% de aumento. Estas porcentagens abaixo de 20% nas regiões norte, nordeste e centro-este podem ser explicadas devido as suas peculiaridades relacionadas às características econômicas e densidade demográfica de cada estado.

2.2.3 As micro e pequenas empresas em Mato Grosso do Sul

As Micro e Pequenas Empresas representam 98% de todas as empresas constituídas no estado de Mato Grosso do Sul.

Do total de itens comprados pelo governo do estado, 73% são provenientes de Micro e Pequenas Empresas, o que corresponde, em termos de valores, a 36% do valor total negociado (SEBRAE/MS, 2007).

Nas cidades do interior do estado elas possuem uma influência muito forte na economia, pois são poucas as cidades do estado que possuem grandes empresas.

Número total de Micro e Pequenas Empresas em Mato Grosso do Sul (sem agronegócios): 59.015, sendo (Fonte: RAIS/MTE 2008):

- Comércio: 32.102;
- Indústria e Construção Civil: 8.219;
- Serviços: 18.694.

Número total de Empresas com empregados: 25.553 (Fonte: BRASIL/RAIS/MTE 2008)

Número de Empregados com carteira assinada: 150.274 (Fonte: BRASIL/RAIS/MTE 2008)

Número de empreendimentos rurais: 41.104 (Fonte: BRASIL/IBGE - 2009)

Número de MPEs Exportadoras: 70 (Fonte: BRASIL/Secex/MDIC - 2008)

Os dados acima evidenciam a importância destas empresas na economia do Estado relacionada às oportunidades de emprego e de renda.

3 INTERVENÇÕES PÚBLICAS NO FOMENTO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UMA CARACTERIZAÇÃO RELACIONADA À CRIAÇÃO E A CONSOLIDAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL

Com o objetivo de diminuir a fragilidade, as micro e pequenas empresas são alvos de políticas públicas que visam auxiliar na sua manutenção no mercado. Políticas que contribuam com a criação e a consolidação destas empresas.

No Brasil, as micro e pequenas empresas estão sujeitas as legislações federais, estaduais e municipais. Cada região pode implementar políticas de apoio e de fomento adequadas a sua realidade e em harmonia com a legislação federal.

Atendendo ao previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal, em 05 de outubro de 1.999 foi criado o Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte com a Lei Federal nº 9.841, dispondo tratamento jurídico diferenciado e simplificado para as empresas de micro e pequeno porte.

Em 14 de dezembro de 2006 foi publicada a Lei Complementar 123, propondo uma variedade de ações diferenciadas e favoráveis às Micro e Pequenas Empresas. Trata-se da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. As principais propostas diferenciadas as micro e pequenas empresas, são: unificação de impostos federais, estaduais e municipais; desoneração tributária para exportação de seus produtos; dispensa e simplificação de algumas obrigações trabalhistas; simplificação do processo de abertura e encerramento de empresas; facilidade no acesso ao crédito; programas de incentivo aos serviços de inovação e tecnologia; preferência no processo de licitação, referente a compras governamentais; incentivo ao associativismo e formação de consórcios de micro e pequenas empresas. Apesar do avanço desta política ao segmento das empresas deste porte, muitos destas ações ainda são dependentes das regulamentações necessárias a nível de estado, município e da própria federação, para serem implementadas de forma satisfatória. Além de demandar tempo, também requer que estas regulamentações consigam entrar em sintonia com a realidade destas empresas.

Com relação a ações relacionadas à desburocratização, como a simplificação de impostos, facilidade na abertura e fechamento de empresas, desoneração de tributos, são ações que tendem a ter um resultado imediato. No entanto, ações voltadas a sua organização e estrutura, pode não proporcionar um resultado satisfatório, pois trata-se de ações que estão a nível da empresa.

No dia 10 de novembro de 2011, a Presidente da República, Dilma Rousseff, sancionou a Lei Complementar 139/11, ao qual ampliou em 50% (cinquenta por cento) o teto

do faturamento bruto anual, alterando as faixas de enquadramento das empresas incluídas no Supersimples ou Simples Nacional. As empresas de micro porte passou de R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) para R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) o faturamento bruto anual e as empresas de pequeno porte, de R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais) para R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

A seguir, será dado um panorama da situação econômica a partir da década de trinta para melhor situar e analisar o panorama atual das micro e pequenas empresas instaladas assim como, as políticas governamentais de apoio e de fomento às empresas brasileiras.

3.1 O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

A partir de 1930, com a grande depressão, o Brasil consolida, através de programas de incentivos, ao processo de desenvolvimento industrial e de substituição de importações. Apesar de não possuir reservas e nem poupança o suficiente, dá-se ênfase a este processo. O objetivo principal era desenvolver-se economicamente e passar a competir em melhores condições com os países avançados, através de uma industrialização forte, com uma base endógena de conhecimento, de aprendizagem e de inovação, saindo da periferia do sistema econômico. A luta pelo desenvolvimento era a luta pela industrialização (SUZIGAN, 2000).

Com este processo de desenvolvimento industrial e de substituição de importações esperava-se um efetivo desenvolvimento do país e uma efetiva distribuição de renda. No entanto, não foi o que ocorreu, principalmente relacionado com a distribuição de renda, que tornou-se mais concentrada (TAVARES, 1972).

A necessidade de constante financiamento, principalmente o externo, resultou em um achatamento de salários e uma conseqüente concentração da renda. Esperava-se que as receitas obtidas, proveniente das vendas da produção, deveriam ser suficientes para cobrir todos os gastos desta produção, tanto relacionados aos seus custos, quanto aqueles provenientes dos juros pela utilização do capital externo. E estes custos de produção, por não existir um mercado que oferecesse uma efetiva concorrência dos produtos produzidos, procurando diminuí-los, não eram baixos (SUZIGAN, 2000).

Acompanhando esta industrialização, o setor comercial se vê na necessidade, também, de obter financiamento.

Esta expansão é particularmente visível para o setor comércio que está obrigado a financiar as suas atividades em todos os níveis, sobretudo no que

se refere á comercialização de produtos primários – que vai desde o financiamento ao pequeno produtor até o consumidor, passando pela rede de distribuição em todas as suas etapas intermediárias (TAVARES, 1972, p. 141).

Não se pode desconsiderar que, efetivamente, o Brasil obteve resultados, em termos econômicos, com o desenvolvimento industrial a partir das substituições de importações, mas a custas de uma grande desigualdade social.

O processo capitalista no Brasil, em especial, embora se desenvolva de modo crescentemente desigual, incorporando e excluindo setores da população e estratos econômicos, levando a aprofundar uma série de diferenças relacionadas com consumo e produtividade, conseguiu estabelecer um esquema que lhe permite autogerar fontes internas de estímulo e expansão que lhe conferem dinamismo. Neste sentido, poder-se-ia dizer que enquanto o capitalismo brasileiro desenvolve-se de maneira satisfatória, a nação, a maioria da população, permanece em condições de grande privação econômica, e isso, em grande medida, devido ao dinamismo do sistema [...] (TAVARES, 1972, p. 158).

Conforme análise de Tavares (1972), o que faltou foi planejamento de longo prazo. O desenvolvimento empresarial e industrial ocorreu utilizando-se capital cujo custo foi muito elevado.

Ou seja, percebe-se que houve uma liberdade de ação, sem muita preocupação com as conseqüências.

Muitas indústrias, por terem contraídas muitas dívidas a custos altos, passaram a ter dificuldade de honrar seus compromissos. E entendia-se que essa dificuldade culminaria na deterioração das condições de acesso ao crédito, comprometendo a continuidade no processo do crescente desenvolvimento econômico.

O governo, então, resolveu intervir, criando mecanismos para assumir parte das dívidas contraídas pelo setor privado.

Segundo Belluzzo (2000), caso não houvesse esta interferência do governo a situação de muitas empresas se agravariam mais.

Sem a ação pública, tal tentativa seria frustrada, porque, no plano macroeconômico, a redução dos investimentos concorreria para a queda do lucro bruto do conjunto das empresas. Dada rigidez dos rendimentos contratuais auferidos pelos detentores de capital de empréstimo e da inelasticidade do seu consumo, o processo culminaria em reduzir o lucro líquido e a acumulação interna das empresas, agravando os problemas do endividamento do setor privado (relação recursos de terceiros/recursos próprios) (BELUZZO, 2002, p. 107).

No entanto, a ação pública não deu um tratamento igualitário a todos os agentes econômicos. Conforme Beluzzo (2002): “Ao longo da crise, o governo brasileiro alterou seguidamente as cláusulas contratuais para beneficiar os setores mais debilitados ou mais bem posicionados na estrutura do poder.” (BELUZZO, 2002, p. 109).

Para lidar com os valores assumidos e/ou disponibilizados, o governo criou os indexadores econômicos com o objetivo de alterar e controlar os valores das dívidas. Na segunda metade da década de 70 e início da década de 80, o governo brasileiro criou várias linhas de financiamento com subsídio de crédito e correção monetária pré-fixada, direcionadas para a agricultura, para a pequena e média empresa e ao investimento privado de longo prazo (BELLUZZO, 2000).

No entanto, o indexador utilizado pelo governo para financiar o desenvolvimento das empresas, através do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, ficou abaixo do índice de preços domésticos, favorável, portanto, para estas empresas, cuja taxa de crescimento foi superior a este indexador, assegurado, neste caso, pelo governo. O indexador em que o governo estava sujeito (juros internacionais e taxa de câmbio), incididos sobre os valores contraídos externamente para financiar o crescimento interno, foi superior ao índice de preços doméstico, portanto, ao indexador interno.

Com este artifício o governo assegurou o rápido “desenvolvimento” das empresas com a absorção de parte das dívidas.

A proteção do setor privado, segundo os formuladores da política econômica, estaria justificada na medida em que a solvência, rentabilidade e liquidez das empresas na crise assegurariam condições para a recuperação da economia, uma vez concluído o ajustamento (BELLUZZO, 2002, p. 113).

Mesmo com todos estes acontecimentos, não houve um comprometimento por parte destas empresas em serem competitivas no mercado externo. Ao contrário, houve um protecionismo, com o fechamento do mercado para produtos similares externos. Ou seja, o argumento utilizado para fechar o mercado deveria servir para incentivar a competição dos produtos produzidos internamente com seus similares externos. Uma política desse tipo talvez pudessem minimizar, a longo prazo, os custos do desenvolvimento.

Para complicar...

Para alguns segmentos, era impossível processar a conversão da liquidez proveniente de fontes “externas” para geração interna. A recessão, a natureza da formação de preços e riscos de setores como o agrícola ou de pequenas e

médias empresas limitavam seriamente a velocidade e mesmo a exequibilidade da transação. Em casos como este, o impacto da restrição ao crédito com certeza foi muito maior, fundamentalmente porque ocorreu uma adicional e voluntária retração bancária motivada pela percepção do risco (o “risco do prestador”) (BELLUZZO, 2002, p. 211).

Após este período, as empresas passaram a assumir uma atitude defensiva, “buscando a proteção patrimonial e a defesa dos ganhos conquistados” (BELLUZZO, 2002, p. 215). Com o fracasso de sucessivos planos econômicos, como por exemplo, após a experiência do Plano Cruzado, as empresas, diante de uma nova possibilidade de indexação de preços, consubstanciado, especificamente, em congelamento de preços, passaram a ajustar seus preços (remarcação) antecipando a estes congelamentos. Isso passou a colocar em dúvida a continuidade da indexação da economia.

Apesar destas situações adversas, deve-se considerar que no período de 1930 até 1980, a substituição de importações foi muito bem assimilada pelas indústrias brasileiras. Segundo Carneiro:

[...], o período 1930-1980 possui como característica a relativa estabilidade do paradigma tecnológico oriundo da Segunda Revolução Industrial. A baixa velocidade, segundo a qual se processava a inovação, permitiu uma maior difusão do paradigma produtivo nos países periféricos. Essa foi uma razão relevante para que esses países pudessem realizar a substituição de importações, ou seja, a internalização dos setores produtivos do paradigma tecnológico dominante (CARNEIRO, 2002, p. 33).

Ou seja, o avanço tecnológico era lento neste período, ao ponto de poder ser assimilado e acompanhado por aqueles países que estavam iniciando este processo de industrialização e modernização.

Como não há, nos países periféricos do sistema capitalista, um núcleo autônomo de inovação tecnológica, a diferenciação da estrutura produtiva ocorre pela cópia ou reprodução dos setores já existentes nos países centrais. Isso quer dizer que, *ceteris paribus*, quanto mais disseminada a tecnologia, maiores as possibilidades de diversificação setorial das economias periféricas (CARNEIRO, 2002, p. 32).

No entanto, em meados da década de 80 há uma aceleração das mudanças tecnológicas, e essa aceleração faz com que as indústrias de países periféricos não consigam acompanhar estas mudanças.

Este “atraso” tecnológico leva, a partir da década de 90, a uma crescente simpatia por parte de muitos segmentos do país em abrir o mercado.

Neste período constata-se a compra de empresas nacionais por empresas estrangeiras.

Nos tempos da globalização, o padrão de investimento direto estrangeiro sofreu profundas mutações. Trata-se agora de ocupar os mercados da periferia, adquirindo empresas já existentes para ajustar as metas e as linhas de produção a uma estratégia global formulada fora do país. É por isso que a nova onda de investimento estrangeiros destruiu – direta e indiretamente – empregos e cavou um enorme buraco no balanço de pagamentos. Muitos serviços – até os de mão-de-obra temporária qualificada e de assistência técnica – deixam de ser contratados pelas empresas nacionais e passam a ser terceirizados no exterior. Com essas práticas e mais a remessa de lucros e dividendos, os estrangeiros elevam o valor do faturamento e dos resultados em moeda forte (CARNEIRO, 2002, p. 22, prefácio de Belluzzo).

O ambiente econômico brasileiro torna-se, de forma abrupto, mais competitivo, com a eliminação de muitas empresas nacionais por falta de condições de concorrência. Há, então, um retrocesso, segundo Belluzzo:

Dessa perspectiva, as transformações da estrutura produtiva induzidas pela abertura comercial durante os anos 90 podem ser caracterizados como uma autêntica regressão. De um lado, porque produziram uma especialização regressiva no tecido industrial, praticamente eliminando os setores vinculados à reprodução de capital, como o de insumos elaborados e máquinas e equipamentos. De outro porque concentraram a atividade industrial nos setores intensivos em trabalhos e recursos naturais em detrimento daqueles com uso mais intenso de tecnologia de capital (BELLUZZO, 2002, p. 265).

No início dos anos 80, amparada pela política econômica, o ajuste recessivo beneficiou somente as grandes empresas, líderes de mercado, em detrimento as pequenas e médias empresas concorrentes. Aquelas empresas tiveram condições de manter a proteção de seu patrimônio e defesa de seus ganhos.

A recessão determinou a paralisação das operações de muitas empresas de pequeno porte e concentrou produção e vendas, afetando, principalmente, a pequena e média empresa. Em particular, as vendas externas que mereceram incentivos e a prioridade da política de ajuste favoreceram a concentração dos mercados em benefícios da grande empresa (BELLUZZO, 2000, p. 219).

Com o tratamento e a concentração desigual de lucro obtido pelas grandes empresas, esperava-se que, com este favorecimento, estas empresas líderes realimentassem a retração inicial, patrocinando e realimentando um ciclo expansivo. No entanto não foi o que

aconteceu. O tratamento obtido e a reação desencadeada serviram para que estas empresas líderes aprofundassem mais ainda a recessão, preservando e ampliando o seu poder.

O modelo de substituição de importações, incentivado por governos passados, muito contribuiu para o isolamento do país com relação a fluxos internacionais de capital e com o desenvolvimento tecnológico, provocando um avanço muito moroso do país com relação às melhorias científico-tecnológicas e sua participação no ambiente globalizado, ampliando a distância da produção doméstica com o padrão da produção mundial. O Estado não proporcionou condições necessárias (como incentivo à pesquisa e desenvolvimento tecnológico e qualificação profissional) para que as indústrias locais pudessem se desenvolver e modernizar seu parque industrial e muito menos se preocupou em propiciar a expansão e melhoria da infra-estrutura do país, em termos de telecomunicações, meios de transportes, entre outros.

As características principais deste período foram: inflação muito alta, utilizada, principalmente, para financiar a política desenvolvimentista defendida pelo Estado; altas margens de lucro praticadas pela economia em virtude do elevado nível de proteção do mercado doméstico, geralmente, sobre produtos de baixa qualidade em relação ao mercado externo; fortes incentivos fiscais e créditos subsidiados, promovendo maciça transferência de recursos públicos para o setor privado; baixo estímulo para se criar um ambiente de investimento e de qualificação da mão-de-obra. Como conseqüência disso tudo: má distribuição de renda e desestímulo ao investimento.

Com a abertura da economia, as empresas locais se viram obrigadas a renovar suas instalações produtivas em termos de máquinas e equipamentos, assimilando novos processos, novas tecnologias de produção para que pudessem competir internacionalmente, com uma forte ênfase dada na redução de custos. Isso provocou uma elevação na importação de bens de capital, assim como, nos investimentos diretos estrangeiros (BRASIL, 2007). Mas tudo isso de forma lenta e seletiva.

Analisando todo o processo de crescimento econômico ocorrido no Brasil, a partir da década de 30, percebe-se uma prioridade de financiamento para o desenvolvimento dos setores de produção, principalmente indústrias e grandes empresas. Não há registros, principalmente nos livros econômicos, da existência de uma preocupação de uma política voltada para as micro e pequenas empresas. Todo o volume de capital disponibilizado na maioria das vezes foi direcionado para os setores de produção e sua infra-estrutura.

Sem dúvida nenhuma, como defendido por muitos teóricos, a preocupação em criar indústrias para fins de substituição das importações em muito contribuiu para o crescimento

econômico do país. No entanto, não se verifica uma preocupação, com vistas a um planejamento efetivo, em se tratando de micro e pequenas empresas. Percebe-se que estas são deixadas à própria sorte. Não se verifica uma política que efetivamente pudesse contribuir para o fortalecimento das micro e pequenas empresas.

Verifica-se que as políticas desenvolvidas conseguiram realizar o desenvolvimento do país, mas a custos de fortes períodos recessivos, de exclusão das camadas mais fracas da sociedade e da economia, como as micro e pequenas empresas. Vários choques econômicos foram realizados, mas sem um efetivo sucesso, visto a falta de disciplina fiscal e monetária somada a um crescente déficit comercial, com vários períodos inflacionários. Apesar desta situação, a preocupação do governo foi direcionada em manter uma economia confiante. Os vários planos econômicos e fiscais ao longo da década de 80 e início de 90 evidenciam esta preocupação. Além disso, a manutenção da estabilidade econômica, mantida através de altas taxas de juros, prejudicando a obtenção de crédito a quem necessitasse, as influências externas, como a crise do México, vieram aprofundar as dificuldades neste período.

3.2 PROGRAMAS DE GOVERNO DIRECIONADOS A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

As principais intervenções públicas no fomento as micro e pequenas empresas que se destacam são: a sanção da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e a entrada em vigor do Empreendedor Individual.

3.2.1 Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte

Visando estimular as atividades empresariais de micro e pequenas empresas através de tratamento diferenciado, foi criada a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Trata-se da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Esta lei traz medidas que dizem respeito à redução da burocracia, ao estímulo ao crédito, à inovação, às relações trabalhistas e as licitações. Os principais benefícios a serem tratados, por esta lei, de forma diferenciado para as micro e pequenas empresas, referem-se à apuração e recolhimento de impostos, ao cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias e ao acesso ao crédito e ao mercado.

Uma das medidas colocadas em práticas a partir desta lei foi a criação do Supersimples, ou Simples Nacional, um regime tributário diferenciado para as micro e

pequenas empresas em relação aos tributos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:

O supersimples, ou Simples Nacional, implica o recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, dos seguintes tributos: Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ); Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI); Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL); Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS); Contribuição para o PIS/Pasep; Contribuição Patronal Previdenciária (CPP); Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS); Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) (BRASIL, 2006)

No entanto, o recolhimento na forma do Simples Nacional não excluiu a incidência de outros tributos não listados acima, assim como Imposto sobre Operações de Crédito, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e Comunicação - ICMS, entre outros, conforme parágrafo 1º, do Artigo 13, desta referida lei. Mesmo para os tributos listados acima, há situações em que o recolhimento dar-se-á à parte do Simples Nacional. A Lei Complementar nº 128 de 19 de dezembro de 2008, veio completar esta abrangência.

Para efeito do enquadramento das empresas no Simples Nacional, considera-se Micro Empresa:

[...] o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, que aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00. Considera-se Empresa de Pequeno Porte o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, que aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (BRASIL, 2008).

Compete ao Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN), instituído pelo Decreto nº 6.038, de 07 de fevereiro de 2007, regulamentar o Simples Nacional. Este Comitê é composto por representantes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios (BRASIL, 2005).

Destaca-se, também, a condição de Micro e Pequena Empresa como critério de desempate em licitações públicas, obtendo a preferência mesmo em comparação a propostas cujos valores sejam até 10% superiores as propostas mais bem classificadas (BRASIL, 2005).

Referente às relações trabalhistas, destaca-se da dispensa em empregar e matricular seus aprendizes nos cursos dos Serviços Nacionais de Aprendizagem e de não comunicar ao Ministério do Trabalho e Emprego a concessão de férias coletivas (BRASIL, 2005).

Esta lei também aborda sobre a possibilidade do associativismo, onde as Micro e Pequenas Empresas poderão realizar negócios de compra e venda de bens, tanto para o mercado nacional, quanto para mercado internacional, por meio de sociedade de propósito específico. Visa, também:

[...] 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. 57). Além disso, Recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador –FAT, poderão ser disponibilizados para micro e pequenas empresas por meio da criação de programas específicos para as cooperativas de crédito de cujos quadros de cooperados participem microempreendedores, empreendedores de microempresa e empresa de pequeno porte (BRASIL, 2006).

Estas empresas, quando iniciarem suas atividades em programas específicos, como as incubadoras de empresas, podem ter reduzidos a zero alguns impostos e contribuições:

[...] ficam autorizados a reduzir a zero as alíquotas dos impostos e contribuições incidentes na aquisição, ou importação, de equipamentos, máquinas, aparelhos, instrumentos, acessórios, sobressalentes e ferramentas que os acompanhem, quando adquiridos, ou importados, para incorporação ao seu ativo imobilizado. No âmbito da união estas alíquotas referem-se à incidência do IPI, à Cofins, à Contribuição para o PIS/Pasep, à Cofins-Importação e à Contribuição para o PIS/Pasep-Importação; e no âmbito dos Estados e do Distrito Federal, ao ICMS (BRASIL, 2006).

Com relação a custos de transação, não incidirão, sobre os títulos protestados:

[...] quaisquer acréscimos a título de taxas, custas e contribuições para o Estado ou Distrito Federal, carteira de previdência, fundo de custeio de atos gratuitos, fundos especiais do Tribunal de Justiça, bem como de associação de classe, criados ou que venham a ser criados sob qualquer título ou denominação, ressalvada a cobrança do devedor das despesas de correio, condução e publicação de edital para realização da intimação (BRASIL, 2006).

Ainda o artigo 75, da referida lei, prevê que “[...] 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.” (BRASIL, 2006).

No dia 10 de novembro de 2011, foi publicada a Lei Complementar 139, cuja maior alteração foi a modificação das faixas de enquadramento das empresas incluídas no Supersimples ou Simples Nacional, ampliando em 50% (cinquenta por cento) o teto do faturamento bruto anual destas empresas:

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

I - no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e;

II - no caso da empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) (BRASIL, 2011).

3.2.2 Empreendedor Individual

A Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, criou condições para que o trabalhador informal possa se transformar em um trabalhador formal e legalizado. Para incentivar esta legalização, criou o Empreendedor Individual. Trata-se da inserção deste trabalhador individual no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, e também na Junta Comercial de seu Estado, beneficiando-o na facilidade de obter abertura de conta bancária, pedido de empréstimos e emissão de notas fiscais. Este empreendedor Individual deve ser inserido no Simples Nacional, ao qual proporcionará isenção de tributos federais (Imposto de Renda, Programa de Integração Social, Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido). Além disso, terá o direito de usufruir aposentadoria por invalidez, salário-maternidade, pensão por morte e auxílio reclusão. O Empreendedor Individual, para se enquadrar nesta nova lei, deve ter um faturamento anual de no máximo até R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais), ou R\$ 3.000,00 (três mil reais) por mês, ter no máximo um empregado contratado que receba um salário mínimo ou o piso da categoria.

O Empreendedor individual, para se manter nesta categoria, deve se comprometer a pagar, mensalmente, um único imposto de valor fixo. Os valores dependem da categoria de atuação do empreendedor e serão atualizados anualmente, de acordo com o salário mínimo: para a Previdência, deverá pagar uma alíquota de 11% (onze por cento) sobre o salário mínimo; para o estado, caso atue no comércio ou indústria, mais R\$ 1,00 (um real) por mês, referente ao ICMS; para o Município, caso atue como um prestador de serviços, mais um valor de R\$ 5,00 (cinco reais), referente ao ISS (alíquotas e valores de julho de 2010). Para garantir a sua atividade, o Empreendedor Individual deve observar as normas contidas nos Códigos de Zoneamento Urbano e de Posturas Municipais. A inobservância ou não cumprimento destes códigos e Postura poderá cancelar o documento que autoriza o funcionamento de seu negócio.

A Lei Complementar nº 139, de 10 de novembro de 2011, também alterou o valor referente ao faturamento bruto anual do Empreendedor Individual, ao qual passou dos R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais) para R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) ou dos R\$ 3.000,00 (três mil), para R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) mensais.

3.3 PROGRAMAS DE APOIO E DE FOMENTO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO SEBRAE/MS

O SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é uma entidade privada e de interesse público, sem fins lucrativos, que visa oferecer apoio e fomento às Micro e Pequenas Empresas no sentido de estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento do país.

Atua no processo de formalização da economia por meio de parcerias com setores públicos e privados. Utiliza-se das políticas públicas para oferecer alternativas de negócios a micro e pequenas empresas, como a participação em licitações governamentais, na formação de cooperativas, incentivando-os em sua formalização, visando a facilidade em obter acesso a recursos financeiros, a tecnologia e aos diversos mercados nacional e internacional.

Atua em todo o território nacional, procurando atender as peculiaridades de cada região do país, através da atuação de colaboradores e consultores externos.

O SEBRAE existe desde 1972, período em que o Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa (Fipeme) e o Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico (Funtec), atualmente denominada de Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), vinculadas ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), hoje Banco Nacional de

Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), formavam o Departamento de Operações Especiais do BNDE que tinham como meta dar apoio gerencial às micro e pequenas empresas da época. Através de uma pesquisa realizada neste período, foi verificado que os altos índices de inadimplência nos contratos de financiamento celebrados com os bancos ocorriam em virtude da má gestão destas empresas.

Nos estados do Nordeste, em 1967, a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), instituiu os Núcleos de Assistência Industrial (NAI), embriões dos trabalhos realizados pelo SEBRAE, que tinha como objetivo prestar consultoria gerencial às empresas de pequeno porte.

Em 17 de julho de 1972 foi criado o Centro Brasileiro de assistência Gerencial à Pequena Empresa (Cebrae) por iniciativa do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) e do Ministério do Planejamento, tendo a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), a Associação dos Bancos de Desenvolvimento (ABDE) e o BNDE como integrantes de seu Conselho Deliberativo.

Gradativamente passou a ter forte representatividade junto às empresas de micro e pequeno porte e junto ao governo, tornando-se um forte canal de reivindicação das necessidades destas empresas.

Em 09 de outubro de 1990 o CEBRAE passou a ter a denominação de SEBRAE através do Decreto 99.750, complementar a Lei 8.029, de 12 de abril do referido ano. Passa da administração pública para uma instituição de direito privado, compondo, assim, uma sociedade civil sem fins lucrativos, mas de utilização pública, mantida por repasses empresariais e formada por um Conselho Deliberativo Nacional composto por representantes da iniciativa privada e do Governo. Presentes em todos os estados da federação, os SEBRAE estaduais possuem autonomia administrativa, respeitando as diretrizes traçadas pelo Conselho Deliberativo.

Segundo o seu Estatuto Social, Art. 5º (2005):

Art. 5º – O SEBRAE/MS tem por objetivos fomentar o desenvolvimento sustentável, a competitividade e o aperfeiçoamento técnico das microempresas e empresas de pequeno porte, industriais, comerciais, agrícolas e de serviços, notadamente nos campos da economia, administração, finanças e legislação; da facilidade de acesso ao crédito, da capitalização e fortalecimento do mercado secundário de títulos de capitalização daquelas empresas; da ciência, tecnologia e meio ambiente; da capacitação gerencial e da assistência social, em consonância com as políticas nacionais de desenvolvimento; da formação educacional do micro e pequeno empresário, mediante a execução de ações condizentes:

I – com as políticas, diretrizes e prioridades de aplicação de recursos, atos, resoluções, programas e projetos aprovados pelo Conselho Deliberativo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, respectivamente órgão e entidade, doravante designados simplificada e neste instrumento como CDN e SEBRAE.

II – com as resoluções editadas pela Diretoria Executiva do SEBRAE e;

III – com a legislação pertinente, aplicável ao sistema SEBRAE (SEBRAE/MS, 2005).

O SEBRAE é uma entidade sem fins lucrativos designada para tratar do desenvolvimento e abertura de novos negócios no Brasil. Existem outras entidades que também contribuem com serviços de apoio e de fomento a manutenção de empresas de micro e pequeno porte no mercado, como o SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio, o SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, os Centros Tecnológicos, as Associações Comerciais e Industriais, os Sindicatos, entre outros, envolvidos com o segmento de micro e pequenas empresas.

A opção em direcionar o estudo para a atuação do SEBRAE/MS é pelo fato de se tratar de uma instituição que tem por objetivo final atender as necessidades das micro e pequenas empresas, conforme seu estatuto social, artigos 4º:

Art. 4º - O Objetivo do SEBRAE/MS constitui-se no apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado e Mato Grosso do Sul, com vista à melhoria do seu resultado e ao fortalecimento do seu papel social (Estatuto Social do SEBRAE/MS, 2005).

Os principais programas de apoio e de fomento a micro e pequenas empresas do SEBRAE/MS, são:

3.3.1 Bolsa de negócios do SEBRAE

Com o objetivo de se criar um ambiente digital de negócios direcionados para as micro e pequenas empresas, foi criada a Bolsa de Negócios do SEBRAE.

Neste ambiente as empresas podem somente divulgar os seus produtos ou serviços, não podendo comercializá-los. Também ficam disponíveis os tipos de produtos ou serviços de cada empresa e os dados de contatos, não podendo ser disponibilizado a consulta de preços, pois toda a transação comercial deve ser realizada fora deste ambiente digital. Além do micro e pequeno empresário, podem se cadastrar, na Bolsa de negócios do SEBRAE, profissionais que possuem cadastros em cooperativas e associações, médias e grandes empresas que

possam beneficiar as micro e pequenas empresas. Está previsto a inserção de estudos e pesquisas específicas neste ambiente, além de artigos, divulgação de seminários, eventos e capacitação, indicadores, etc.

3.3.2 Empretec

Trata-se de um treinamento direcionado a empresários já estabelecidos ou aqueles que têm o interesse em abrir o seu negócio e que possuem um plano para a sua futura empresa.

Tem por objetivo desenvolver um conjunto de características que compõe o perfil ideal para se empreender, relacionado à conduta, comportamento e atitude empreendedora, estimulando o empreendedor ao planejamento e organização de seu negócio. Como dinâmica do curso trabalha com situações práticas.

3.3.3 Geonegócios

Trata-se de um serviço de geoprocessamento desenvolvido pelo SEBRAE/MS que tem como objetivo fornecer informações sobre concorrência, fornecedores e perfil da população de regiões onde o futuro empresário pretende abrir o seu negócio. Utilizando-se de dados originados de instituições de processamento de dados como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a Junta Comercial de Mato Grosso do Sul (JUCEMS), os dados disponibilizados servem para avaliar as características comerciais e evitar a abertura de empresas em locais não apropriados.

Há a possibilidade de a empresa criar o seu próprio geoprocessamento, desenvolvendo um ambiente digitalizado com informações exclusivas do seu negócio, como redes de clientes e fornecedores.

3.3.4 Grandes oportunidades

Trata-se de um estudo desenvolvido pelo SEBRAE/MS com o objetivo de levantar informações a respeito do mercado consumidor e das oportunidades de negócios das nove regiões que compõe o estado de Mato Grosso do Sul.

Informações como tamanho das famílias, domicílios, envelhecimento, crescimento populacional, frota de veículos, número de empresas, industrialização, consumo das famílias, potencialidade de demanda, etc.

3.3.5 Educação SEBRAE

Educação SEBRAE são cursos on-line, disponibilizados gratuitamente a todos os interessados, relacionados a vários temas, com carga horária de 15 a 40 horas, com sugestão de conclusão do curso em um período de 30 a 60 dias de estudos, com direito a certificado.

Todos os cursos são direcionados a micro e pequenas empresas e voltados a práticas de gestão e controle.

3.3.6 Nascer Bem

É um projeto destinado para quem pretende abrir o seu negócio, para quem tem sua empresa com até dois anos de existência ou para quem está na informalidade.

É composta por etapas distintas, sendo a primeira o contato inicial de consultores do SEBRAE/MS com o empreendedor para o conhecimento do futuro negócio ou negócio atual. Após este contato inicial, onde se procura conhecer o que se pretende desenvolver, o empreendedor é convidado a assistir um ciclo de palestras que abordam assuntos relacionados à abertura e legalização da empresa e aos cuidados iniciais voltados ao planejamento e as atitudes empreendedoras.

Após o ciclo de palestras, o empreendedor poderá adquirir informações referentes ao perfil da atividade, mercado concorrente e o geonegócios, que é o mapeamento do mercado, com informações sobre renda média, faixa etária e escolaridade de seus clientes potenciais.

O próximo passo consiste, a partir das etapas anteriores, em elaborar um plano de negócio mais próximo a sua realidade, com a análise da viabilidade econômica do que se pretende iniciar. Após esta etapa é realizada uma consulta sobre o que foi elaborado em seu plano de negócios através de um consultor do SEBRAE com o objetivo de levantar sugestões e observações para a melhoria do negócio, denominado de aconselhamento.

O maior objetivo deste projeto é de diminuir o índice de mortalidade de micro e pequenas empresas.

3.3.7 Prefeito Empreendedor

Prefeito Empreendedor é um prêmio que o SEBRAE, a nível nacional, destina ao Distrito Federal e as prefeituras que desenvolvam projetos de estímulo ao surgimento e

desenvolvimento de micro e pequenas empresas. Tem por objetivo conhecer e realizar a divulgação das melhores práticas de políticas públicas voltados a este segmento de empresas.

O destaque temático compreende práticas que beneficiam micro e pequenas empresas relacionadas a: compras governamentais, desburocratização, educação empreendedora e inovação, formalização de empreendedores, implantação da lei geral em médios e grandes municípios.

3.3.8 SBRT – Resposta Técnica

O Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas - SBRT é um serviço disponibilizado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT. No site do SEBRAE existe um link de acesso a página da Internet do Sistema Brasileiro de Respostas Técnicas – SBRT.

Este serviço é destinado às pessoas físicas e, principalmente, às micro e pequenas empresas. Tem por objetivo dar respostas técnicas a soluções de questões ou problemas tecnológicos de baixa complexidade. Os problemas ou as questões são enviados, via Internet ou por telefone, ao portal do SBRT e, em seguida, após análise, é encaminhada a uma das instituições parceiras, como: Universidade de São Paulo – USP / Disque tecnologia; Universidade de Brasília – UnB / Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico – CDT; Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - Departamento do Rio Grande do Sul – SENAI/RS; Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC; Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro – REDETEC; Instituto de Tecnologia do Paraná – TECPAR e; Rede de Tecnologia da Bahia – RETEC/BA e conta com o apoio do SEBRAE e do Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT.

3.3.9 Outros

Divulgação de casos de sucesso, orientação para a captação de recursos destinados a órgão públicos e privados como a divulgação de entidades e de editais que oferecem apoio financeiro a propostas de execução de projetos institucionais voltados a diversas áreas relacionadas a artes, ciências e tecnologia. Divulgação de cursos, palestras, seminários e treinamentos. Estudos e pesquisas voltados as micro e pequenas empresas. Orientações de como abrir uma empresa. Programa exclusivo aos imigrantes japoneses, sobre o que investir no Brasil. Prêmio de competitividade para micro e pequenas empresas, a nível de Brasil, com

o objetivo de divulgar as melhores práticas de gestão em vários segmentos de empresas de micro e pequenos porte, cursos avançados de gestão, entre outros.

Em suma, o SEBRAE/MS oferece oportunidades para que o micro e pequeno empresário possa encontrar subsídios que atenda sua necessidade de gestão e controle empresarial, fomentando e promovendo o desenvolvimento deste segmento de empresas no mercado.

4 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa é de caráter exploratória, com abordagem qualitativa. Utiliza referenciais bibliográficos, com vista a verificar os estudos realizados e conceitos desenvolvidos. A modalidade para o levantamento dos dados é o de estudo de campo, utilizando-se das técnicas de análise de discurso.

Segundo Gil (2007, p. 41), as pesquisas exploratórias “[...] tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.”. Como se trata de uma pesquisa na área das ciências sociais aplicadas, em que há o envolvimento de pessoas, opiniões e interesses diversos, a relação entre estas variáveis tornam-se inúmeras, proporcionando uma quantidade muito grande de situações novas e imprevisíveis. Assim, à medida que problemas que envolvam variáveis deste tipo são estudados, maiores serão as possibilidades de se levantarem características que possam melhor esclarecer suas relações, identificando novas situações e novas hipóteses.

Não é o objetivo desta pesquisa, com a utilização das técnicas e princípios utilizados, atender, satisfazer e responder integralmente as questões levantadas oriundas do problema a ser pesquisado, e sim, contribuir em levantar subsídios que possam melhor qualificar as situações ora postas em análise. Segundo Gil (2007, p. 41), estudos desenvolvidos através de pesquisas exploratórias “[...] tem como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições.”. Trata-se, portanto, de muita pretensão se desejar obter a verdade em um único estudo. No entanto, espera-se poder somar ao que já existe de estudo e contribuir com análises e visões úteis a resolução ou amenizar os conflitos oriundos do problema que esta pesquisa se propõe e estudar.

4.1 CONFIGURAÇÃO E MOTIVO DO ESTUDO

O objetivo desta pesquisa é de verificar o impacto da política de apoio e de fomento as Micro e Pequenas Empresas analisadas no estado de Mato Grosso do Sul, tendo como referência a atuação do SEBRAE/MS no período de 1990 a 2008.

Muito se comenta sobre a importância das micro e pequenas empresas na economia. Mencionados anteriormente, em termos percentuais constituem 99% do número de empresas formalmente estabelecidas no país, responsáveis por 60% dos empregos gerados, contribuindo com mais de 50% dos salários, e por 20% de participação no Produto Interno Bruto do país (SEBRAE, 2007).

No entanto, é notória a fragilidade destas empresas. Segundo dados do SEBRAE (2007), 56% das empresas deste segmento encerram suas atividades antes de completarem cinco anos de atividades, apesar de existirem vários programas de apoio e de fomento que visem a auxiliar a manutenção destas empresas no mercado. No entanto, apesar da existência destes programas e entidades, por que ainda perdura a fragilidade destas empresas? Neste sentido, a questão principal que se busca analisar nesta pesquisa é: as empresas se beneficiam, de forma satisfatória, das políticas públicas existentes?

A busca por respostas para estas duas questões levantadas é o motivo pelo qual se optou em utilizar a modalidade de estudo de campo. Segundo Gil (2007, p. 57), dentre as modalidades de levantamento de dados existentes, “[...] o estudo de campo procura muito mais o aprofundamento das questões propostas.”. Para isso, pretende-se realizar uma análise direta nas empresas estudadas, através das entrevistas e questionários alcançados, com o intuito de obter as explicações e as interpretações dos motivos que levam estas empresas a obterem os resultados acima. Além disso, para somar e confrontar com as informações levantadas, é analisado o SEBRAE/MS com vistas a obter informações que identifiquem a sua contribuição junto as micro e pequenas empresas.

Ao realizar o confronto entre estas informações, espera-se ter obtido respostas que melhor identifiquem o motivo da fragilidade das micro e pequenas empresas e o impacto destas empresas frente a utilização destas políticas, almejando levantar novas situações e novas hipóteses para pesquisas futuras e complementares.

Para tanto, parte-se do princípio de que todos os programas de apoio e de fomento tendem a alcançar um resultado que possa ser reconhecido pelos seus usuários. Ao questionar estes usuários sobre seus resultados, espera-se identificar a contribuição destes programas.

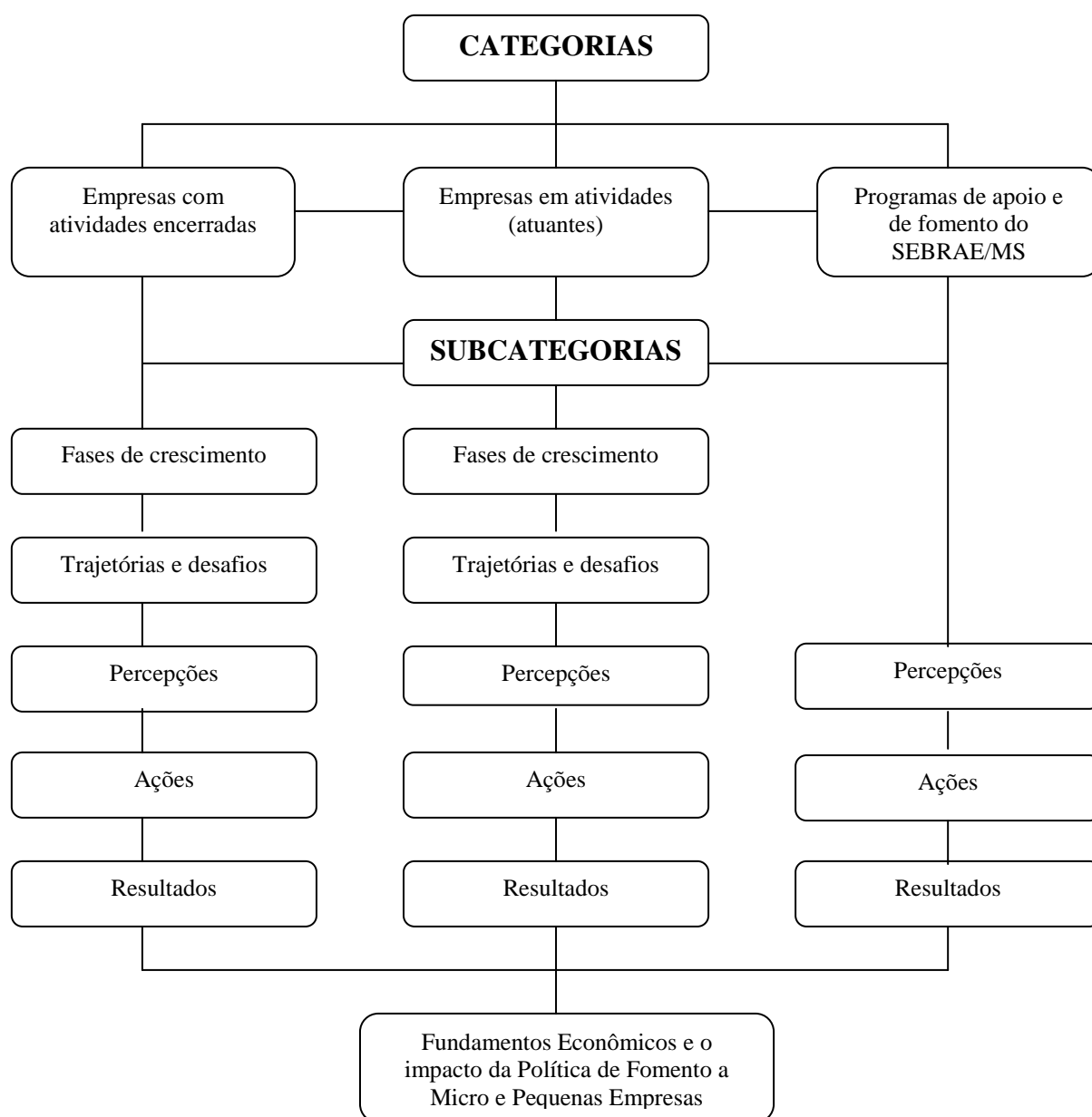
Ou seja, ao questionar sobre a contribuição do SEBRAE/MS junto as micro e pequenas empresas, espera-se ter identificado a percepção destas empresas sobre a forma de atuação do SEBRAE/MS, se esta contribuição é percebida como algo de qualidade, assim como, o benefício obtido.

No entanto, nem todas as Micro e Pequenas Empresas analisadas utilizam ou utilizaram os serviços do SEBRAE/MS. Nas micro e pequenas empresas que não se interessaram em utilizar os programas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS, foi verificado a forma com que estas tendem a executar suas atividades, identificando características que possam levantar indícios sobre o motivo da não utilização das políticas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS.

4.2 CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS

Segundo Gil (2007), para a obtenção dos dados é necessário que se faça a sua redução a partir de sua categorização. “A categorização consiste na organização dos dados de forma

Figura 3 – Categorias e Subcategorias do objeto de estudo



Fonte: elaborado pelo autor (2011)

que o pesquisador consiga tomar decisões e tirar conclusões a partir deles.” (GIL, 2007, p. 134). Assim, as categorias estudadas e as subcategorias averiguadas, com o intuito de tomar decisões e a tirar as conclusões pertinentes ao tema, estão estruturadas na figura acima (fig. 3).

O material de análise utilizado para verificar os fundamentos econômicos e o impacto da política de fomento as Micro e Pequenas Empresas é formado, em um primeiro momento, de uma fundamentação teórica relacionado ao tema, visando analisar as contribuições teóricas sobre a dinâmica das micro e pequenas empresas e suas características. Em um segundo momento, o material de análise é formado por dados obtidos diretamente dos objetos de estudo, ou seja, de micro e pequenas empresas e o SEBRAE/MS. Estes objetos de estudo são verificados para levantar subsídios que possam identificar os principais tipos de problemas que afetam a criação, manutenção e a consolidação destas empresas, dentro do Estado de Mato Grosso do Sul, assim como, de avaliar a percepção e o impacto dos micro e pequenos empresários em relação à contribuição do SEBRAE/MS junto a suas empresas e, por conseguinte, a economia como um todo.

Portanto, o fluxograma acima evidencia as categorias objeto de estudo e as subcategorias, objeto de averiguações.

Para a interpretação de tais categorizações será necessário um esforço em sua análise além das informações evidenciadas. Será necessária uma análise aguçada das informações e dos elementos evidenciados e ocultos ao longo do estudo. Para Lüdke André²⁵ (1986) (apud GIL, 2007, p. 134): “É preciso, portanto, que a análise não se restrinja ao que está explícito no material, mas procure desvelar conteúdos implícitos, dimensões contraditórias e mesmo aspectos silenciados.”. E estas interpretações deverão ser aquelas que possam identificar a necessidade das micro e pequenas empresas em se manterem no mercado de forma segura e lucrativa, com perspectivas de desenvolvimento e de crescimento. Existe, portanto, o entendimento de que será necessário ultrapassar a mera descrição, buscando acrescentar ao questionamento principal do estudo algo a mais sobre o assunto, buscando “[...] um esforço de abstração além dos dados explícitos, procurando possíveis aplicações, configurações e fluxos de causa e efeito.” (GIL, 2007, p. 134).

Apesar de todo este esforço, deve-se reconhecer suas limitações, pois será muita pretensão, a partir dos esforços acima, obter um conjunto de preposições capazes de propiciar novas perspectivas teórica ao problema. Por mais que se possa esmerar em obter uma análise

²⁵ LÜDKE, M. ANDRÉ, M. E D. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

aprofundada e perspicaz, o que se espera, no máximo, é poder contribuir com novas questões e hipóteses para o avanço de novos estudos. Caso se consiga alcançar esta contribuição, acredita-se ter, este estudo, alcançado seu objetivo.

4.3 ANÁLISE DE DISCURSO

Segundo Orlandi (1999), o discurso é uma decorrência de sentidos entre os locutores envolvidos:

[...] não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação (ORLANDI, 1999, p. 21).

Além dos elementos evidenciados no trecho acima, ressalto a realidade que se apresenta incluído entre os elementos do discurso, ou seja, entre sujeitos e sentidos, apesar da realidade poder ser entendido como um componente dos sentidos.

Não basta o destaque das informações apenas como são colocadas, é necessária que estas sejam filtradas e selecionadas e, finalmente, depuradas e refinadas.

Ao trabalhar com entrevistas e questionários, busco levantar subsídios de análise que visem identificar os motivos pelos quais os responsáveis pelas micro e pequenas empresas se sentem com relação às diversas situações que possam levar estas empresas a terem dificuldades de se manterem no mercado, de crescerem e de se desenvolverem com ou sem o auxílio das políticas públicas, mais precisamente, das políticas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS.

Ao cruzar as diversas informações, disponibilizadas entre os empresários e a entidade de apoio e de fomento, busco levantar informações contraditórias que visem identificar conflitos, analisá-las, interpretá-las e sugerir soluções.

A partir desta concepção, trata-se, portanto, de um trabalho que requer análise, comparações e checagens, ou seja, uma interpretação aguçada. Mas para isso ocorrer de forma satisfatória, deverá haver uma formulação adequada da principal questão do estudo ao qual irá desencadear a análise. Ou seja, a adequada formulação da questão a ser analisada é que desencadeará e mobilizará diferentes recortes conceituais e estes recortes conceituais são úteis para a interpretação da realidade que se pretende analisar a partir da relação dos sujeitos e sentidos afetados pela realidade que se apresenta. Um objetivo claro deve contemplar estas

buscas. , pois segundo Orlandi (1999, p. 27): “O que define a forma do dispositivo analítico é a questão posta pelo analista, a natureza do material que analisa e a finalidade da análise”.

Ao questionar se as empresas utilizam-se das políticas públicas de forma eficiente, e se não, por quê e qual o seu impacto, busca-se, assim, orientar, delinear todo o trabalho de busca a uma resposta a esta questão e, principalmente, a satisfação do objetivo ao qual o trabalho se propõe alcançar.

Para Orlandi (1999) toda formação discursiva, mesmo realizada para um propósito determinado, não deixa de estar impregnada de ideologias. As palavras sozinhas não têm um sentido nelas mesmo, pois seus sentidos derivam das formações discursivas em que se inscrevem e estas formações discursivas, por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas. Destaca a metáfora como imprescindível na análise de discurso. Metáfora como transferência, tomada de uma palavra por outra. E a ideologia aqui deve estar inserida aos preceitos da área das ciências sociais aplicadas.

Como forma de tentar escapar das armadilhas de uma interpretação sem parâmetros, sem padrão de análise, e poder escutar além das evidências e compreender a opacidade da linguagem, a determinação dos sentidos, a composição do sujeito pela ideologia e pelo inconsciente que o permeia, é que se pretende interpretar as informações disponíveis. Ou seja, decodificar e entender as entrevistas e questionários, seguindo os preceitos da análise de discurso e, assim, conseguir constituir um dispositivo real de interpretação. No entanto, para que isso aconteça é necessário que exista uma mediação teórica que possibilite intervir na relação do analista com os elementos que analisa, em uma posição que lhe permita contemplar, analisar e expor os efeitos desta interpretação, praticando a análise e interpretando os resultados: “Daí a necessidade de que a teoria intervenha a todo o momento para “reger” a relação do analista com o seu objeto, com os sentidos, com ele mesmo, com a interpretação.” (ORLANDI, 1999, p. 64).

A interpretação dos dados obtidos pelas entrevistas e questionários tomou como referência o embasamento teórico desenvolvido. Ou seja, houve um esforço em realizar um diálogo com os autores e as formulações teóricas.

4.4 LEVANTAMENTO DOS DADOS OBTIDOS

Para a obtenção dos dados foram realizadas entrevistas e enviados questionários, de forma aleatória, a empresas enquadradas na categoria de micro e pequeno porte. Ou seja, o

critério de escolha das empresas a serem entrevistadas e questionadas foi o seu enquadramento em empresas de micro e pequeno porte.

Foram contatadas um total de 76 (setenta e seis) empresas ao longo dos meses de fevereiro a junho de 2011 nas cidades de Campo Grande e Dourados. A obtenção dos dados limitou-se a estas duas cidades por representarem as cidades que possuem o maior número de habitantes do estado e pela forte concentração de empresas de micro e pequeno porte.

Destas 76 (setenta e seis) empresas, 16 (dezesesseis) foram contatadas para a realização das entrevistas e 60 (sessenta) receberam os questionários. No entanto, não foram todas as empresas que concordaram em participar.

Das 16 (dezesesseis) empresas contatadas para serem entrevistadas, apenas 6 (seis) efetivamente aceitaram em serem entrevistadas. Dos 60 (sessenta) questionários enviados, somente 18 (dezoito) retornaram respondidos.

Ou seja, das 76 (setenta e seis) empresas contatadas para as entrevistas ou questionários, apenas 24 (vinte e quatro) efetivamente aceitaram em participar, representando uma porcentagem de 34,58% (trinta e quatro vírgula cinqüenta e oito por cento) do total das empresas contatadas.

Cada uma das empresas envolvidas na pesquisa obteve apenas uma forma de contato, ou seja, cada uma ou foi entrevistada ou recebeu o questionário. Nenhuma empresa obteve as duas formas de contato.

A estrutura da entrevista teve como referência as atividades rotineiras de uma empresa de micro e pequeno porte, caracterizada pelo volume de atividades que seus proprietários costumam desempenhar. A estrutura dos questionários teve como referência, além das atividades rotineiras destas empresas, as respostas obtidas pelas entrevistas.

Como a estrutura dos questionários enviados foi baseada a partir das respostas obtidas pelas entrevistas, os primeiros dados ou informações desta pesquisa surgiram através das entrevistas.

Os questionários foram utilizados como uma opção para poder ampliar o número de empresas analisadas. Ou seja, como o tempo necessário para a realização das entrevistas demonstrou ser demorado, optou-se, também, por construir os questionários e encaminhá-los de forma aleatória a empresas de micro e pequeno porte com o intuito de obter mais dados e informações para a análise.

No entanto, apesar de ter enviado um total de 60 (sessenta) questionários a diversas empresas de micro e pequeno porte, apenas 18 (dezoito) retornaram respondidas, representando uma porcentagem de 30% (trinta por cento) do total dos questionários

enviados. Realizando a mesma análise com relação às empresas entrevistadas, de um total de 16 empresas contatadas, apenas 6 (seis) aceitaram em serem entrevistadas, ou seja, um percentagem 37,5 % (trinta e sete por cento e meio) do total.

Devido a este pequeno número de empresas entrevistadas e que retornaram com os questionários respondidos, constatou-se a dificuldade em obter dados que proporcionassem correlações e significâncias expressivas e relevantes que auxiliassem a análise das variáveis analisadas. Devido a esta dificuldade, optou-se em realizar a análise dos dados a partir de uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, utilizando-se das técnicas de análise de discurso e estudo de campo.

5 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS ANALISADAS EM MATO GROSSO DO SUL: CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS A CRIAÇÃO, CONSOLIDAÇÃO, DESAFIOS, IMPACTOS E TRAJETÓRIAS

5.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS

Ao realizar as entrevistas, o objetivo foi de: 1º) detectar quais as percepções que os empresários entrevistados possuem a respeito das políticas públicas, representadas pelos programas de apoio e fomento a micro e pequenas empresas prestadas pelo SEBRAE/MS e, 2º) detectar as ações tomadas por estas empresas para se manterem no mercado, tanto com quanto sem a utilização dos serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS, pois nem todas as empresas entrevistadas utilizam ou utilizaram os serviços do SEBRAE/MS. As percepções detectadas e as ações executadas pelas empresas serão analisadas como um mecanismo para avaliar o quanto os serviços do SEBRAE/MS são necessários, assim como, valorizados pelas Micro e Pequenas Empresas analisadas, ou seja, verificar o quanto estas políticas públicas são importantes e necessárias para satisfazer as necessidades das empresas em se manterem e se consolidarem no mercado, como também, verificar se estas políticas estão em sintonia com as necessidades destas empresas frente as suas dificuldades e desafios de sobrevivência ao longo de sua trajetória. Naquelas empresas que não procuraram os serviços do SEBRAE/MS, procurar-se-á identificar os motivos.

Os questionários respondidos, elaborados com base nas entrevistas realizadas e tendo como referência as fases de crescimento e de desenvolvimento da empresa, abordado por Padula (2000), visam verificar, em um pequeno universo de micro e pequenas empresas: 1º) aquelas que utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS, identificando se o resultado obtido foi ou não satisfatório; 2º) aquelas que nunca utilizaram ou não se interessaram em utilizar estes serviços, levantando as ações tomadas para manterem-se atuante no mercado, assim como, o motivo de não utilizarem os serviços do SEBRAE/MS, e; 3º) identificar em qual fase de crescimento e de desenvolvimento estas empresas se encontram. Esta verificação visa analisar os desafios e trajetórias das empresas contatadas.

As entrevistas realizadas e os questionários respondidos e analisados pelas Micro e Pequenas Empresas têm como finalidade principal o confronto com os dados obtidos sobre o SEBRAE/MS. O confronto destes dados visa dar condições de se levantar questões ou situações de conflito, ou não, que possam dar subsídios para poder observar a forma de atuação das empresas e do SEBRAE/MS frente às políticas públicas, verificando as ações

tomadas por cada um destes elementos de análise (empresa e SEBRAE/MS) e os resultados obtidos.

5.1.1 Limitações da análise

Por se tratar de uma pequena parcela de empresas, apenas 24 (vinte e quatro), ao qual foram levantadas as informações para serem analisadas, estas não podem ser consideradas como representantes de todas as empresas de Mato Grosso do Sul. Seria muita pretensão, a partir apenas destas análises, obter todas as informações possíveis, exaurindo todas as possibilidades de análise e de conflito que possam existir nas relações entre as micro e pequenas empresas e as políticas públicas, representada pelos serviços prestados pelos programas de apoio e fomento do SEBRAE /MS.

Portanto, as informações e análises levantadas nesta pesquisa não podem ser consideradas como representativas do universo de todas as micro e pequenas empresas de Mato Grosso do Sul. Esta pesquisa possui nenhuma intenção de esgotar todas as percepções que possam existir nas relações entre micro e pequenas empresas versus políticas públicas direcionadas, representadas pela atuação do SEBRAE/MS em seus programas de apoio e de fomento. Esta limitação ocorre devido a heterogeneidade, diversidades, características e necessidades das empresas

Outra situação limitante se refere aos dados obtidos sobre o SEBRAE/MS. Os dados obtidos do SEBRAE/MS são somente aqueles provenientes de sua página da Internet. O acesso a sua página na Internet proporcionou condições em obter informações referentes aos seus programas de Apoio e de Fomento, cópia de seu Estatuto Social e acesso ao seu Edital de Credenciamento de Pessoas Jurídicas para Prestação de Serviços de Instrutoria e Consultoria 01/2011. O objetivo inicial era de poder realizar uma entrevista com algum representante do SEBRAE/MS. No entanto, após algumas tentativas e espera de retorno para a efetivação de um contato, este contato não ocorreu. Assim sendo, as informações sobre o SEBRAE/MS restringiram-se aquelas informações disponíveis em sua página na Internet. Nesta entrevista buscava-se levantar informações sobre a forma de atuação do SEBRAE/MS junto às micro e pequenas empresas, objetivando detectar as características dos programas de apoio e de fomento, as formas de abordagem, a receptividade, os resultados obtidos, a interpretação sobre as necessidades das empresas, o perfil dos prestadores de serviço do SEBRAE/MS, entre outras características que melhor poderia avaliar a amplitude e o impacto da contribuição desta instituição junto as micro e pequenas empresas.

A partir das análises desenvolvidas proveniente das entrevistas e questionários respondidos pelas Micro e Pequenas Empresas, foi formulada uma relação de perguntas destinadas ao SEBRAE/MS, cujo retorno não ocorreu. Em anexo a esta pesquisa, as perguntas destinadas ao SEBRAE/MS.

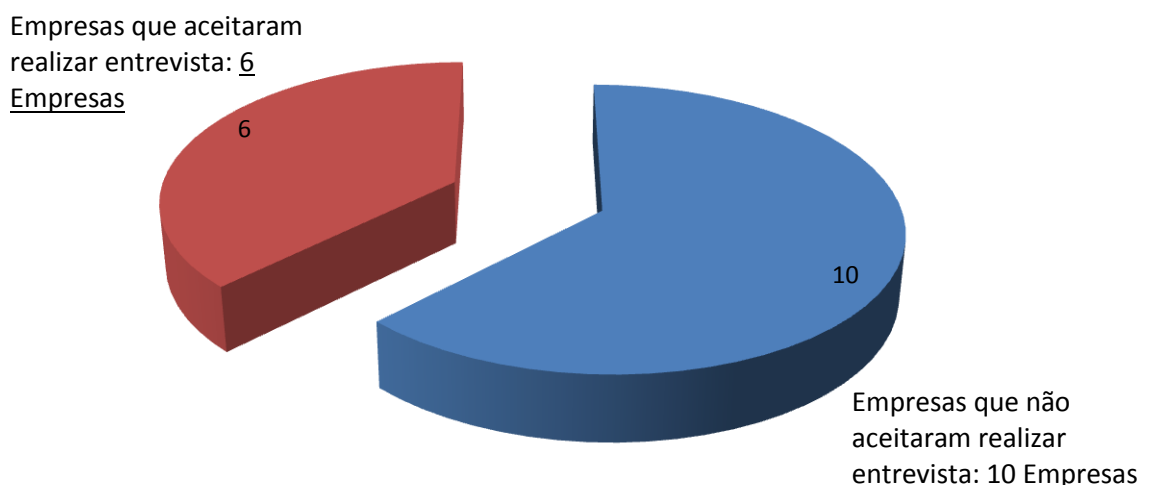
No entanto, apesar destas limitações, espera-se que as informações levantadas, a partir das concepções teóricas e levantamento dos dados possíveis de serem obtidos a respeito do tema, possam detectar informações e situações que possibilite acrescentar alguma contribuição nas relações entre micro e pequenas empresas e políticas públicas ao longo da trajetória e dos desafios enfrentados por estas empresas.

5.1.2 Análise das entrevistas junto às empresas

Como já foi abordado, as entrevistas foram realizadas para detectar quais as percepções que os empresários entrevistados possuem a respeito das políticas públicas e detectar as ações tomadas por estes empresários para se manterem no mercado, tanto com quanto sem a utilização dos serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS.

Foram contatados 16 (dezesseis) empresários. Destes, 6 (seis) aceitaram e 10 (dez) não aceitaram em realizar as entrevistas (gráfico 2).

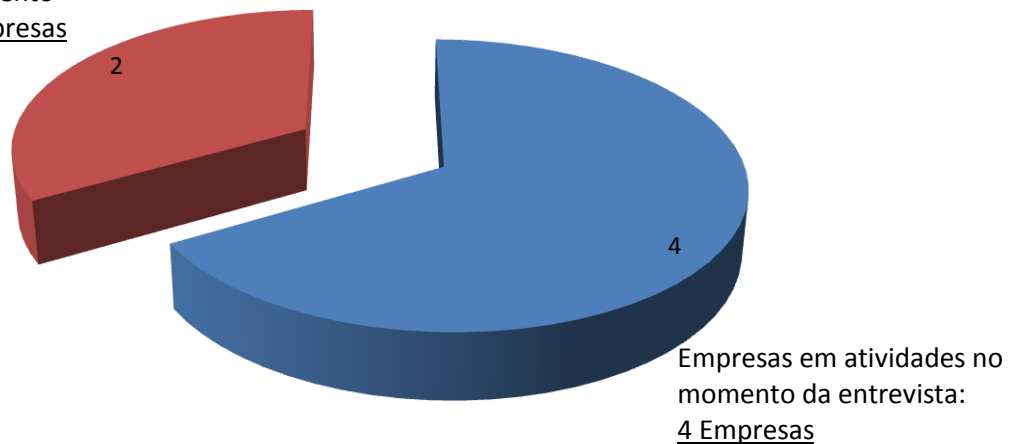
Gráfico 2: Proporção de Micro e Pequenas Empresas contatadas que aceitaram realizar entrevista e que não aceitaram realizar entrevista



Das 6 (seis) empresas que aceitaram em realizar as entrevistas, 4 (quatro) possuem empresa em funcionamento e 2 (dois) já haviam encerrado as atividades da empresa no momento da entrevista (gráfico 3).

Gráfico 3: Proporção de Micro e Pequenas Empresas com atividades encerradas no momento da entrevista e em atividades no momento da entrevista

Empresas com atividades encerradas no momento da entrevista: 2 Empresas



Fonte: próprio autor (2011)

As 4 (quatro) empresas atuantes estão no mercado a mais de 15 (quinze) anos. As 2 (duas) empresas não atuantes no mercado permaneceram em atividades em até 4 (quatro) anos.

As empresas em atividades no momento da entrevistas são: uma relojoaria, uma empresa de representação de calçados, uma oficina mecânica e uma gráfica. As empresas que já tinham encerradas suas atividades no momento da entrevista são: um cyber café e uma empresa no setor de alimentação (empanadas e happy hour).

Para a análise, será realizada uma abordagem das empresas entrevistadas em duas etapas: das que estavam em atividades no momento da entrevista e das que já tinham encerradas suas atividades no momento da entrevista.

O objetivo é de detectar informações que possam ser analisadas a luz das concepções teóricas, relacionando as características e impactos percebidos na relação destas empresas versus políticas de apoio e de fomentos do SEBRAE/MS.

Chama a atenção das 6 (seis) empresas que aceitaram em ser entrevistadas o seguinte fato: as 4 (quatro) atuantes no momento das entrevistas possuem, como principal característica, um tempo de permanência no mercado entre 15 (quinze) anos, a de menor tempo, e 22 (vinte e dois) anos, a de maior tempo; as 2 (duas) empresas não atuantes, ou seja, cuja atividades já haviam encerradas no momento da entrevista, permaneceram no mercado entre 3 (três) anos, a de menor tempo, e 4 (quatro) anos, a de maior tempo.

5.1.2.1 Empresas entrevistadas e em atividades no momento da entrevista

Das 4 (quatro) empresas entrevistadas, 2 (duas) nunca procuraram os serviços do SEBRAE/MS e outras 2 (duas) já procuraram. Assim sendo, para melhor delimitar a análise, serão realizadas mais duas divisões, ou seja, esta abordagem será subdividida em mais dois subtópicos: empresas atuantes que não procuraram os serviços do SEBRAE/MS e empresas atuantes que já procuraram os serviços do SEBRAE/MS. Há a necessidade de reforçar, mais uma vez, que as informações e análises levantadas visam somente identificar pontos conflitantes, ou não, através das percepções dos micro e pequenos empresários, que podem existir nas relações entre micro e pequenas empresas e o SEBRAE/MS, a partir de seus programas de apoio e de fomento, sem nenhuma intenção de esgotar todas as possibilidades que possam existir nesta relação.

5.1.2.1.1 Empresas entrevistadas e em atividades no momento da entrevista e que não procuraram os serviços do SEBRAE/MS

Estas 2 (duas) empresas serão identificadas como empresa A (uma relojoaria) e empresa B (uma oficina mecânica). A empresa A já atua no mercado há 22 (vinte e dois) anos e a empresa B, a 19 (dezenove) anos, sem terem alterado suas atividades ao longo deste período.

As 2 (duas) empresas se enquadram na categoria de pequena empresa. A empresa A possui 12 (doze) funcionários e a empresa B 8 (oito) funcionários.

Uma das fortes características em comum destes dois empresários é que antes de iniciarem suas atividades empresariais estes dois já possuíam um conhecimento prévio sobre a atividade a ser desenvolvida. Com relação a empresa A, tanto a empresa quanto a atividade desenvolvida foi uma herança familiar, herdada de seu pai. Com relação a empresa B, este empresário já atuava no ramo antes de constituir sua empresa. Estas duas características vão

de encontro com o que é abordado por Penrose (2003), onde afirma que a experiência e o conhecimento prévio sobre o ramo a atuar são muito importantes para que a futura empresa possa permanecer no mercado, pois, neste caso, já existe o desenvolvimento de recursos administrativos e operacionais adequados para o funcionamento da empresa.

Pode-se, então, relacionar o não interesse em procurar algum tipo de auxílio ou apoio institucional ao fato destes empresários possuírem um conhecimento anterior a abertura da empresa, útil para a sua existência, e a uma experiência adquirida ao longo da vida da empresa, repassados a estes, útil para a sua manutenção no mercado, relacionados às atividades a serem desenvolvidas, aos seus clientes e fornecedores.

O tempo de existência e a qualidade dos serviços prestados, segundo estes empresários, representam um diferencial aos quais contribuem com a manutenção destas empresas no mercado.

A empresa A, proveniente de herança, sequer utilizou de empréstimo ou financiamento ao longo de sua existência, apesar de ter procurado algumas instituições financeiras para obter empréstimos, no momento em que passou a assumir a empresa, ao qual foi negado por não conseguir atender as exigências para a obtenção de crédito, referente às garantias exigidas. A empresa B, para a sua constituição, necessitou financiar equipamentos para a sua abertura e adequação, cujos valores foram saldados através da venda de um imóvel particular que o futuro empresário (empresa B) possuía no momento de constituir a sua empresa.

O que chama a atenção destas empresas é o fato de nunca sentirem a necessidade de procurarem os serviços do SEBRAE/MS ao longo da existência de cada uma e de não terem contraído um endividamento inicial as suas atividades, cuja quitação estivesse atrelada aos seus futuros resultados. Apesar de não terem realizado este contato, por não sentirem a necessidade, afirmam se tratar de uma Instituição importante no apoio as micro e pequenas empresas.

Estas duas empresas procuram focar na qualidade dos serviços prestados, e não nos preços praticados pelos seus concorrentes. Os preços praticados são calculados a partir de seus custos, ou seja, dos valores que a empresa incorre para poder realizar o serviço.

A empresa A estabelece metas de vendas. Entende que deve atender os seus clientes de forma diferenciada e oferecer descontos. Deve despertar confiança, ter dedicação e acompanhar de perto tudo o que acontece na empresa. Considera seus maiores concorrentes empresas que atuam em outros segmentos, com produtos diferenciados. Dá como exemplo o

celular, um aparelho que além de poder se comunicar substitui o despertador, a agenda, o relógio e a calculadora.

A empresa A evidencia uma típica empresa familiar, onde o proprietário presencia e se envolve em todas as rotinas da empresa. Durante a entrevista realizada houve muitas interrupções para que ele pudesse atender seus funcionários orientando-os em como proceder ou dando autorização para o processo de atendimento e de venda.

A empresa B, devido sua característica, motivado pela velocidade em que se processam as mudanças tecnológicas no ramo em que atua, entende que deve valorizar e investir em seus funcionários e em novos equipamentos. Não estipula meta mensal de receitas ou de prestação de serviços a serem executados, pois entende que pode gerar pressão e estressar seus funcionários, gerando um mau serviço ou serviços desnecessários.

Pode-se evidenciar que existem características, procedimentos de atuações e necessidades diferenciadas nas duas empresas. Essa diferenciação pode gerar dificuldade para atuação do SEBRAE/MS em prestar os seus serviços, visto alguns destes serviços oferecidos pelo SEBRAE/MS serem realizados de uma forma bastante padronizada. Enquanto uma empresa trabalha acima de metas de vendas e de receitas, outra entende que o seu serviço, com relação à qualidade, pode ser prejudicado a estabelecer estas metas.

Pode-se considerar que as duas empresas procuram investir e dinamizar os seus recursos

As duas empresas não investem em publicidade, pois para elas a maior publicidade é a indicação que seus clientes realizam a outras pessoas.

As duas empresas possuem reservas financeiras, úteis para garantir um fluxo de caixa saudável, mesmo em períodos de baixa venda. Alegam que conseguem realizar este equilíbrio. Não antecipam recebíveis, como cheques pré-datados e asseguram pagar em dia suas contas.

A empresa A visualiza que sua empresa pode melhorar, mas entende que as políticas públicas tendem a beneficiar mais as grandes empresas. Dá como exemplo a tolerância que o governo demonstra com relação ao comércio paralelo, como o camelódromo, com a venda de produtos contrabandeados e que não recolhem impostos.

A empresa B, apesar de não estipular metas de vendas e de receitas, entende que o tamanho de sua empresa não é satisfatório, pois não consegue atender a demanda de serviços. Entende que não deve haver muita interferência ou regulamentação governamental, relacionadas a programas de apoio e de fomento. Entende que quando o produto ou serviço é

bom e que o empresário possui competência, este consegue se manter no mercado. Em sua opinião, sem interferência ou regulamentação, apenas os bons empresários permanecerão.

A última questão das entrevistas realizadas questiona o empresário sobre o maior desafio que uma empresa pode ter. As duas respostas se referiram sobre a necessidade de haver honestidade nas relações comerciais. O empresário da empresa A chegou a abordar sobre necessidade de se respaldar em contratos, como forma de melhor assegurar o cumprimento dos acordos comerciais.

As características acima evidenciam o quanto estas empresas são frágeis comercialmente. O quanto estão expostas a situações de riscos. Talvez este seja o motivo pelo qual os empresários estejam muito envolvidos diretamente com as atividades de suas empresas.

Existe, portanto uma competência gerencial.

5.1.2.1.2 Empresas entrevistadas e em atividades no momento da entrevista e que procuraram os serviços do SEBRAE/MS

São 2 (duas) as empresas nesta categoria que foram entrevistadas. Estas duas empresas serão identificadas como empresa C (uma gráfica) e empresa D (representante de calçados). A empresa C já atua no mercado há 21 anos e a empresa D, há 15 anos, ambas sem terem alterado o ramo de atividade ao longo deste período.

A empresa C possui 4 (quatro) funcionários e a empresa D, apenas 1 (um) funcionário, pois as atividades executadas são realizadas pelos membros de sua família, esposa e dois filhos.

O proprietário da empresa C definiu sua atividade a partir de sua atuação no ramo, anterior a constituição da empresa, onde já atuava na parte operacional da atividade a ser executada. Abriu uma primeira empresa, que permaneceu no mercado durante 8 (oito) anos, após este período esta empresa faliu. Confessou que ainda não foi dada a baixa desta primeira empresa. Mesmo assim abriu uma segunda empresa, no mesmo ramo, ao qual permanece atuando no mercado há 13 (treze) anos. Afirma ser uma atividade que possui uma concorrência bastante agressiva no mercado.

Quando abriu a primeira empresa, não procurou o SEBRAE/MS. No entanto, no início das atividades da segunda empresa procurou o SEBRAE/MS, pois tinha o interesse em comprar máquinas para poder reiniciar as suas atividades. Foi dado início a uma consultoria e elaborado um projeto. Este empresário alega que, após a elaboração do projeto não houve

mais o acompanhamento do SEBRAE/MS e coube a ele procurar seguir o que se tinha definido no projeto, assim como, procurar alguma instituição financeira que pudesse realizar o empréstimo ou financiamento previsto. No entanto, devido à baixa movimentação financeira de sua empresa, não conseguiu crédito. Houve, após a confecção do projeto, um distanciamento entre a empresa e o SEBRAE/MS. Este empresário entende que a baixa movimentação financeira e um desinteresse do consultor do SEBRAE/MS foram os motivos pelo qual não mais se deu o acompanhamento das atividades da empresa pelo SEBRAE/MS. Apesar disso, como foi algo que aconteceu há 13 (treze) anos, acredita que hoje a atuação do SEBRAE/MS esteja diferente. Afirma que o empréstimo obtido através de uma instituição financeira foi por esforço próprio, sem nenhuma interferência do SEBRAE/MS.

A empresa D, antes de iniciar as suas atividades, não possuía nenhum prévio conhecimento sobre o ramo e sobre a atividade que passou a atuar. Teve o incentivo e apoio através de um conhecido que já atuava no mercado. Tratava-se de uma atividade em um mercado cuja demanda era muito grande e que havia espaço para novos entrantes. Mesmo sendo um concorrente imediato, foi orientado, por este possível concorrente, em como proceder para iniciar o seu negócio. Foi esta alta demanda o que fez com que este empresário obtivesse o auxílio e incentivo necessário para o início de suas atividades, através de outro empresário que já atuava neste mesmo segmento e que não conseguia atender a toda demanda. Este conhecido o incentivou a atuar no ramo, orientando em como proceder no início de suas atividades.

Chama a atenção o fato de que as duas empresas, C e D, necessitaram de um auxílio logo no início de suas atividades. No entanto, devido à oportunidade de aproximação direta da empresa D com uma outra empresa atuante dentro de seu ramo específico, esta empresa obteve um acompanhamento mais satisfatório durante o início de suas atividades, diferente da empresa C, ao qual, mesmo utilizando-se dos serviços do SEBRAE/MS, não conseguiu este acompanhamento de perto de suas atividades, restringindo-se somente a confecção do projeto. Pode-se considerar que a empresa D obteve um acompanhamento especializado, em um mercado com poucos concorrentes enquanto a empresa C, não obteve este conhecimento especializado, não obteve este acompanhamento, em um mercado bastante concorrido, apesar de sua atuação operacional no ramo antes da constituição da empresa. Pode-se afirmar que esta atuação não foi satisfatória o suficiente para proporcionar um prévio conhecimento ou experiência adequados para a abertura da empresa C e que pudessem superar os desafios enfrentados pela grande concorrência.

Enquanto a empresa D obteve contato com o conhecimento mais específico a sua atuação, fruto da experiência da empresa que o incentivou a entrar no mercado, pode-se sugerir que a empresa C não encontrou, na consultoria que obteve do SEBRAE/MS, este conhecimento mais específico, assim como , em seu conhecimento anterior, que não era satisfatório, para superar os problemas da concorrência. Pode-se levantar, então, a hipótese de que a pessoa que pretende abrir a sua empresa deve ter um conhecimento e experiência prévios satisfatórios ou o acompanhamento de alguém que tenha este conhecimento e experiência, reforçando a concepção de que a experiência no ramo em que deseja atuar é um fator preponderante para a permanência e melhores resultados da empresa ao longo de sua existência, segundo Penrose (2003). No entanto, deve-se considerar, também, que a agressividade concorrencial no mercado poderá exigir uma experiência mais aguçada e aprofundada.

A empresa C iniciou por duas vezes a sua empresa. Pode-se entender, então, que sua experiência adquirida ao longo de sua existência foi através de erros e acertos, e por influência da grande concorrência, enquanto a empresa D foi constituída uma única vez, graças ao acompanhamento inicial e a baixa concorrência.

Mesmo com este acompanhamento no início de suas atividades, a empresa D passou a utilizar os serviços do SEBRAE/MS, mas somente para satisfazer uma parte de sua necessidade: a de oferecer treinamento aos seus funcionários.

A empresa C, a que demonstra mais necessitar de auxílio em diversas áreas, não utilizou o serviços de apoio do SEBRAE/MS.

Diante deste quadro, pode-se argumentar de que seria uma atitude pretensiosa, uma ação que está além da capacidade de atuação do SEBRAE/MS em conseguir atender todas as necessidades de uma empresa, pois grande parte destas necessidades demonstram estarem relacionados com atividades de ordem específica ao ramo em que a empresa atua. Satisfazer as necessidades de uma empresa pode exigir com que tenha que haver uma análise e um acompanhamento mais direto e, até mesmo, de um conhecimento anterior, específico e profundo sobre a atividade a ser analisada de todas as ocorrências que podem acontecer dentro de uma empresa. Talvez um ou outro consultor do SEBRAE/MS possa ter o conhecimento específico em um ou outro ramo de atividade, mas considero algo difícil o SEBRAE/MS satisfazer as necessidades de todas as empresas, pois isto exige que o SEBRAE/MS possua consultores em quantidades, com perfis, conhecimentos e habilidades satisfatórias para atender estas especificidades. Detalhes em como proceder ou realizar

alguma atividade específica pode representar um diferencial em uma empresa. Mas isto está atrelada a existência da experiência.

O proprietário da empresa C entende ser importante a necessidade de se possuir um pré-conhecimento, uma convivência anterior ao ramo que pretende atuar antes de abrir uma empresa. Pode-se afirmar que, com este convívio e conhecimento anterior se consegue melhor direcionar as atividades da empresa, evitando ocupar-se em atividades que não venham gerar ou agregar importância ao negócio, direcionando melhor suas necessidades.

A variável concorrência provoca uma visão diferenciada nestes dois empresários. O proprietário da empresa C, cuja concorrência é maior, vê-se obrigado a trabalhar com margens baixas de lucro e isto reflete no acesso a crédito bancário. Considera não satisfatório o tamanho de sua empresa, assim como, sente a necessidade de trocar os seus equipamentos. Geralmente acaba visualizando que suas despesas são maiores que suas receitas e isso obriga a descontar recebíveis de forma antecipada, gerando juros para a empresa e diminuindo mais ainda seus resultados. Afirma não encontrar pessoas qualificadas no mercado e que, devido a isso, é necessário qualificar o funcionário na própria empresa. Entende ser o maior desafio de uma empresa manter-se em atividade. Gostaria de poder investir mais em publicidade e propaganda.

A empresa C elencou mais algumas variáveis, específicas ao seu segmento, que influenciaram o desenvolvimento (ou não desenvolvimento) de sua área, as quais são: o avanço da informática, aos quais muitos de seus serviços antes muito procurados, hoje são realizados através dos avanços computacionais; uma forte segmentação de mercado, evidenciado pelo não acesso a opções de vendas que não mais são acessíveis, como por exemplo, serviços antes realizados para órgãos públicos, hoje muitos destes órgãos executam estes serviços e o acesso à editais de concorrências públicas, onde alega existirem empresas privilegiadas para o atendimento a estes órgãos e; a alta tributação de impostos.

A empresa D, em que trabalha em um mercado ao qual possui uma certa exclusividade, mais segmentado e selecionado, com baixa concorrência, cujas regiões são pré-determinadas por contrato, consegue maiores resultados de lucro e, por consequência, maiores oportunidades e opções de crédito. A divulgação de seus produtos é realizada a nível nacional, motivo pelo qual consegue uma maior penetração e aceitação de seus produtos.

Destas duas empresas analisadas, uma é mais estruturada, com acesso a recursos financeiros (empresa D). Outra necessita de uma melhor estrutura, principalmente relacionado à aquisição de novas máquinas e equipamentos para a prestação do serviço que realiza (empresa C). A distinção principal que evidencia as diferenças entre estas duas empresas é o

nível de concorrência a que estão sujeitas e, por conseqüência, do volume de atividades. Pode-se afirmar que a empresa D, que possui menor concorrência e uma segmentação de mercado, consegue definir melhor e com mais segurança os caminhos a serem tomados no mercado e assim, aproveitar melhor os seus recursos. A empresa C, em que possui uma concorrência agressiva (termo utilizado pelo proprietário desta empresa) e dificuldade de acesso a recursos financeiros adicionais, necessita de maiores esforços em estabelecer ou estipular metas de ações mais claras que visem melhor aproveitar seus recursos operacionais, refletidos na qualificação de seus funcionários e de acesso a máquinas e equipamentos mais modernos.

O serviço prestado pelo SEBRAE/MS demonstra ser mais satisfatório para a empresa D, por atender uma necessidade específica a esta empresa em relação ao total de suas necessidades, neste caso, treinamento de funcionários, pois as demais necessidades demonstram possuírem um grau de controle e organização satisfatórios.

Na empresa C, suas necessidades são mais variadas, demonstrando um grau de controle e organização não ajustado com as suas necessidades, muitas destas relacionadas à especificidade do ramo ao qual atua, o qual exige um conhecimento bastante específico e direcionado. Demonstra, portanto, uma maior precisão em utilizar-se dos serviços de apoio do SEBRAE/MS do que a empresa D. Seria trabalhar com inferência levantar um motivo certo sobre esta situação, mas é muito forte a percepção do não interesse do proprietário da empresa C em utilizar-se deste benefício. Em sua primeira imagem do SEBRAE/MS, permaneceu uma idéia de que, além do desinteresse demonstrado pelo consultor designado, alega que este não possuía conhecimento e experiência que pudesse oferecer algo novo ou diferente sobre o que necessitava.

Isso demonstra que a empresa C procurava algo pronto, que pudesse resolver ou adequar toda a empresa, enquanto que a empresa D foi mais ajustada em sua decisão, utilizando o SEBRAE/MS para atender uma situação mais específica de um todo.

Ou seja, pode-se levantar a hipótese de que uma empresa organizada tende a utilizar com mais eficiência as políticas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS, pois consegue visualizar de forma mais clara a suas necessidades mais pontuais e específicas do todo. Já uma empresa em que não possui uma atuação mais organizada e controlada, não consegue definir com exatidão o que precisa, necessitando, neste caso, primeiro se organizar e controlar suas atividades, para depois poder definir e utilizar, de uma forma mais eficiente, o tipo de apoio ou fomento que mais possa auxiliar e contribuir com a sua atividade.

Outra característica observada destes dois empresários é de que o empresário da empresa D demonstra conhecer as políticas públicas, procurando, de forma constante, se

atualizar a respeito. O empresário da empresa C também procura se informar, mas não tem o interesse em utilizar-se.

5.1.2.2 Empresas entrevistadas e com atividades encerradas no momento da entrevista

Estas empresas serão identificadas como empresa E (empanadas e happy hour) e empresa F (lan house). O Objetivo de considerar a entrevista destas duas empresas foi em poder levantar situações e comparar suas respostas com as respostas das entrevistas realizadas com empresas que estavam em funcionamento na data da entrevista, se há alguma informação que possa evidenciar algum tipo de procedimento ou variações de competência que possam diferenciá-las em relação às empresas atuantes.

Todas estas 2 (duas) empresas procuraram os serviços do SEBRAE/MS para as suas atividades. Não consegui entrevistar nenhuma empresa desta categorização que não tinham procurado os serviços do SEBRAE/MS. Como se trata de empresas que não estão mais em atividade, pode-se argumentar que empresas desta categorização, que não procuraram algum tipo de auxílio para o início e desenvolvimento de suas atividades, pouco podem contribuir com informações que possam identificar o benefício obtido caso utilizassem destas políticas. Acredito que a categorização das empresas que ainda estão em atividade e que ainda não procuraram os serviços do SEBRAE/MS, pode satisfazer esta ausência.

A empresa E possuía 12 (doze) funcionários e a empresa F funcionava apenas com a atuação do próprio proprietário.

5.1.2.2.1 Empresas entrevistadas e com atividades encerradas no momento da entrevista e que procuraram os serviços do SEBRAE/MS

Nenhuma destas duas empresas possuíam um conhecimento prévio sobre as atividades a serem desenvolvidas antes de abrirem suas empresas. O proprietário da empresa E tinha, como motivação para a abertura de sua empresa, formação em Administração de Empresas, a leitura de muitos livros de motivação e de vendas e a participação em vários cursos do SEBRAE/MS. Toda esta qualificação foi adquirida em um período anterior a abertura da empresa. Ou seja, este empresário sentia-se preparado para abrir o seu negócio.

A decisão em que atividade cada um passaria a atuar, assim como, o local de funcionamento, foi através de uma análise de mercado realizada pessoalmente, por cada

proprietário. Após verificar no mercado, entre as várias opções existentes, escolheram aquela que acreditavam ser a melhor.

Tratava-se, portanto, apenas de uma mera cópia de uma determinada atividade que já existia no mercado, sem possuírem nenhuma experiência ou contato anterior com a futura atividade.

Outras duas características, em comum destas duas empresas, são o período de sobrevivência e o grau de endividamento. A empresa E permaneceu no mercado por 3 (três) anos, de 2006 a 2009. A empresa F permaneceu no mercado por 4 (quatro) anos, de 2004 a 2008. Estas foram obrigadas a encerrarem suas atividades por não estarem conseguindo receitas o suficiente para pagar suas obrigações, acabando por falirem.

O proprietário da empresa E, além da formação superior e dos vários cursos realizados pelo SEBRAE/MS, acreditava ter condições em abrir seu negócio por acreditar possuir um espírito empreendedor e experiência o suficiente, adquirida através de outra empresa, de um segmento diferente, ao qual foi sócio por um determinado período.

E com esta autoconfiança resolveu abrir a seu negócio, copiando a idéia de sua empresa a partir de uma semelhante, de outra cidade. Desfez a sociedade que tinha e com o dinheiro obtido pela venda de sua parte na sociedade, resolveu abrir sua própria empresa. Tinha a certeza em se tratar de uma novidade na cidade e que, por causa disso, era certo o seu sucesso. Definiu o local e realizou os investimentos necessários. Comprou máquinas e equipamentos. Realizou a adequação do prédio, como reforma e pintura.

A empresa F, após a decisão em que investir, procurou o SEBRAE/MS para obter mais informações e se, principalmente, era um bom negócio. Segundo a proprietária, foi incentivada pelo SEBRAE/MS em abrir o negócio, pois tratava-se de uma ótima idéia e de um segmento em expansão. O SEBRAE/MS, através de seus consultores, passou orientações de como explorar o negócio e de uma relação de onde comprar máquinas, equipamentos. A proprietária, após este contato, sentiu-se motivada a com mais segurança em iniciar sua empresa, após a definição, realizada pessoalmente, do local de funcionamento.

Apesar desta segurança inicial, estas duas empresas não obtiveram o sucesso e aceitação esperados pelo mercado, refletidos em receitas satisfatórias.

São vários os possíveis motivos que levaram ao fracasso destas empresas

Pode-se levantar várias hipóteses sobre o resultado destas empresas. Uma delas pode estar relacionada com a competência gerencial, pelo fato de não terem experiência nem conhecimento anterior, para desenvolver estratégias de ações adequadas à realidade de cada empresa, com vistas a se ajustar as necessidades e exigências do mercado. Somado a uma

provável falta de competência, pode-se associar, também, ao fato de abrirem a empresa em um segmento onde existe uma fraca barreira, com facilidade de inserção de novos entrantes, aumentando a concorrência. Soma-se, também, a dificuldade de acesso a recursos financeiros adicionais, principalmente relacionados a recursos necessários para financiar o capital de giro.

A Empresa F, a que procurou o SEBRAE/MS para o início de suas atividades, sentiu a falta de informações que pudesse lhe dar uma base sobre os possíveis resultados financeiros. Segundo a proprietária, o SEBRAE/MS restringiu-se em somente passar orientações de como explorar o negócio e de uma relação de onde comprar máquinas, equipamentos. Em nenhum momento passou informações sobre o retorno do investimento realizado, o provável lucro, gastos com manutenção e, principalmente, a possibilidade de haver um acompanhamento das atividades da empresa.

Para realizar os investimentos iniciais, a proprietária da empresa F utilizou uma poupança que possuía e um empréstimo pessoal, como pessoa física, deixando seu veículo alienado como garantia deste empréstimo. Assim conseguiu comprar os equipamentos necessários e adequar o espaço físico do prédio, alugado.

Apesar de utilizar-se de informações do SEBRAE/MS para abrir o seu negócio, este funcionou na informalidade.

A concorrência e a falta de capital de giro foram os principais motivos para o fechamento desta empresa. Como se tratava de uma micro empresa no ramo de tecnologia, a facilidade de compra de computadores pelos seus clientes em potencial e o fácil acesso a Internet comprometeram mais ainda a receita desta empresa.

Sem meios de modernizar os equipamentos utilizados por falta de dinheiro, sua empresa acabou não possuindo condições de acompanhar as mudanças de mercado, e, por conseqüência, ficando defasado na área em que estava atuando. Confessou que seus resultados passaram a ser cada vez menores em relação ao que esperava e ao que necessitava.

Apesar de permanecer por 4 (quatro) anos no mercado não se formalizou com o receio de que os impostos pudessem inviabilizar ainda mais o seu negócio.

Não conseguindo receitas o suficiente para poder cumprir todos os compromissos da micro empresa, se viu forçada em encerrar as suas atividades.

A empresa E realizou um investimento tomando como referência uma demanda superior a sua realidade. Comprou máquinas e equipamentos, adequou o espaço de sua empresa e contratou um número de funcionários tomando como base uma demanda que não existiu. Resultado desta estimativa errada: dívidas altas e falência.

Necessitou de recursos financeiros adicionais, obtido através de um empréstimo fornecido por uma pessoa física, pois não conseguiu crédito em instituições financeiras para financiar seu capital de giro. No entanto o recurso utilizado não foi o suficiente e, então, procurou o SEBRAE/MS, pois acreditava em seu negócio, acreditava que tinha feito um planejamento adequado.

Segundo o proprietário, ao procurar o SEBRAE/MS, foi orientado a freqüentar a sala do empreendedor. Alegou ter ficado decepcionado, pois o SEBRAE/MS lhe ofereceu planejamento. E não era planejamento o que queria, pois entendia já possuir um entendimento sobre o que seria planejamento adequado. O que queria era recursos financeiros. Alegou que o SEBRAE/MS não ofereceu nada de novo em termos de informações e de orientações daquilo que já conhece e que as informações e orientações do SEBRAE/MS não atendiam as particularidades da empresa.

O proprietário da empresa E afirmou ter a certeza de que sua idéia era boa, e não deu certo por que a cidade não estava preparada para absorver esta novidade e que não era propícia para o seu negócio. No entanto, não avaliou a concorrência. Apesar de não haver uma concorrência direta, havia produtos substitutos que poderiam ser consumidos em seu lugar, influenciando o resultado do seu negócio.

Fica evidente a falta de uma avaliação mais apropriada destas duas empresas, antes de iniciarem suas atividades, do ramo em que cada uma pretendia atuar. A empresa F, apesar do apoio e incentivo do SEBRAE/MS, em sua fase inicial, sugerindo de que se tratava de uma boa idéia, ao qual não se concretizou, demonstra uma evidente avaliação errada de mercado. A empresa D, devido uma alta empolgação e certeza de resultados positivos, realizou uma estimativa além de sua realidade, investindo em uma estrutura cujos custos e despesas de manutenção não foram compatíveis com a sua baixa demanda e receita.

Fica evidente o quanto o empresário deve ser comedido em suas decisões, obter informações seguras e que representem a realidade de sua empresa em termos de volume de vendas.

Nenhuma destas empresas analisadas (empresa E e F) conseguiram obter o retorno do valor investido, nem mesmo conseguiram vender seus equipamentos, após falidas. Conseguiram, além de terem perdido os valores investidos, aumentar suas dívidas financeiras provenientes de decisões erradas.

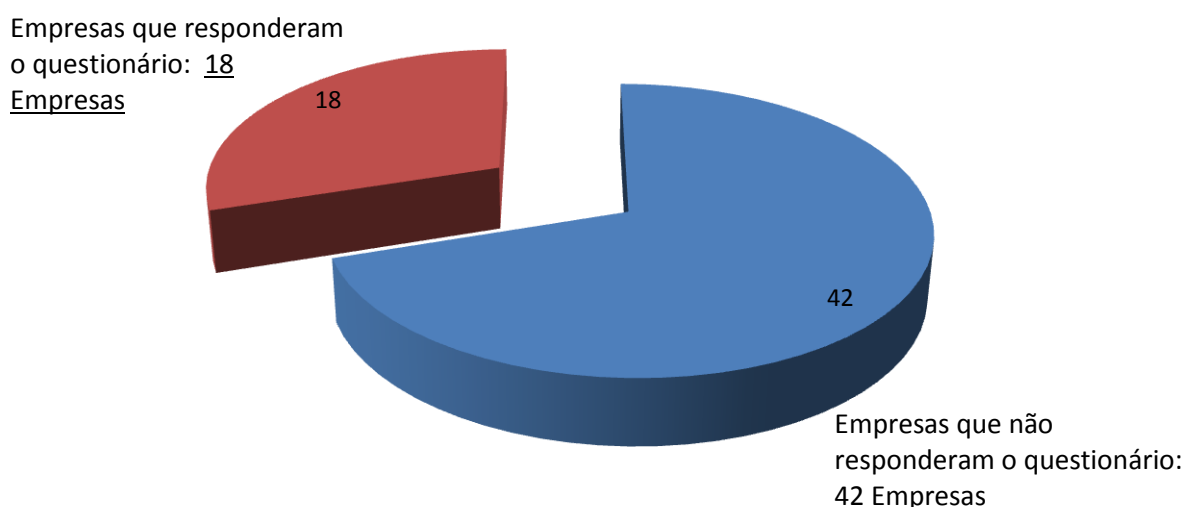
Estas duas empresas se enquadram naquelas empresas que encerram suas atividades antes de completarem 5 (cinco) anos de sobrevivência, aos quais tiveram forte impacto sobre seus resultados, associado a uma avaliação errada de mercado. Atuavam em atividades em

que praticamente não existem barreiras para novos entrantes, não possuíam crédito inicial, forçando a utilizar-se de outros meios para obter recursos financeiros inicial e dificuldades em obter recursos financeiros adicionais para cobrir eventuais dificuldades de caixa, principalmente relacionados a sua necessidade de capital de giro, dificuldade em realizar uma poupança de longo prazo com intenção de renovar suas máquinas e equipamentos, baixa competitividade, entre outras características que evidenciam a fragilidade destas empresas.

5.1.3 Análise dos questionários junto às empresas

Dos 60 (sessenta) questionários enviados para serem respondidos, apenas 18 (dezoito) retornaram (gráfico 4). Vale ressaltar que os questionários respondidos, elaborados com base nas entrevistas realizadas e tendo como referência as fases de crescimento e de desenvolvimento da empresa, abordado por Padula (2000), visam verificar, em um pequeno universo de micro e pequenas empresas: 1º) aquelas que utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS, identificando se o resultado obtido foi ou não satisfatório; 2º) aquelas que nunca utilizaram ou não se interessaram em utilizar estes serviços, levantando as ações tomadas para manterem-se atuantes no mercado, assim como, o motivo de não utilizarem os serviços do SEBRAE/MS, e; 3º) identificar em qual fase de crescimento e de desenvolvimento estas empresas se encontram.

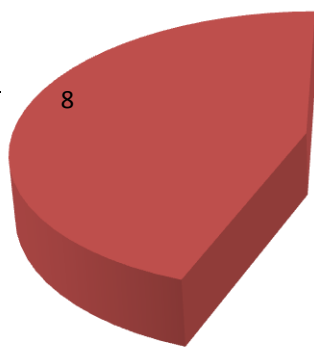
Gráfico 4: Proporção de Micro e Pequenas Empresas que responderam o questionário e que não responderam o questionário



Das 18 (dezoito) micro e pequenas empresas que retornaram os questionários, 10 (dez) utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS e 8 (oito) ainda não utilizaram os serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS (gráfico 5). Outra característica é que nenhuma das empresas aos quais foram encaminhados os questionários são aquelas aos quais foram realizadas as entrevistas. Na análise destes questionários não foi possível correlacionar as respostas por unidade de empresa. Apesar de ser uma pequena parcela de empresas que retornaram com os questionários, não foi possível detectar um padrão de respostas relacionado ao resultado que cada empresa possui ou relacionado a sua forma de atuação, pois estas atuações mostraram-se bastante variadas. Assim, a análise dos questionários respondidos visa apenas identificar os principais tipos de problemas que afetam a criação, manutenção e a consolidação de micro e pequenas empresas objetos de análise, a partir da utilização ou não dos serviços de apoio e de fomento prestados pelo SEBRAE/MS.

Gráfico 5: Proporção de Micro e Pequenas Empresas que responderam o questionário e que não utilizaram os serviços do SEBRAE/MS e que utilizaram os serviços do SEBRAE/MS

Empresas que não utilizaram os serviços do SEBRAE/MS: 8 Empresas



Empresas que utilizaram os serviços do SEBRAE/MS: 10 Empresas

Fonte: próprio autor (2011)

5.1.3.1 Características das empresas, a partir dos questionários respondidos, que utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS

São 10 (dez), as Micro e Pequenas Empresas que responderam os questionários e que se enquadram naquelas empresas que utilizam ou já utilizaram os serviços do SEBRAE/MS.

Todas possuem um número de 4 (quatro) a 13 (treze) funcionários. Destas 10 (dez) empresas, apenas 1 (uma) possui 5 (cinco) anos de atividades. Outras possuem de 11 (onze) a 22 (vinte e dois) anos de atividades, ou seja, a maioria das empresas que responderam o questionário possui um longo tempo de sobrevivência, levando a crer possuírem experiência e recursos internos desenvolvidos para melhor interpretar e se ajustarem no mercado. A idade de seus proprietários ou sócios variam entre 43 (quarenta e três) a 59 (cinquenta e nove) anos. Destes, 6 (seis) possuem grau de escolaridade superior completo e 4 (quatro), segundo grau completo. 7 (sete) são único proprietário e 3 (três), são sócios da empresa. Interessante salientar que a sociedade destas empresas é dentro do âmbito familiar, sendo 1 (um) com a esposa e outros 2 (dois), entre irmãos. Atuam no ramo de comércio ou serviço.

Ao serem questionadas sobre os motivos que levaram a procurar o SEBRAE/MS, utilizando uma questão estruturada a partir da concepção das fases de crescimento e de desenvolvimento abordado por Padula (2000), todas as empresas procuraram o SEBRAE/MS por identificarem problemas relacionados às fases 1 (um), início, e fase 2 (dois), sobrevivência. Dentre estas, 3 (três) empresas também procuraram o SEBRAE/MS por identificarem problemas relacionados à fase 3 (três), sucesso/decolagem, e fase 4 (quatro), expansão.

Quando questionadas sobre o resultado obtido, todas afirmaram não terem obtido um resultado satisfatório dos serviços prestados pelo SEBRAE/MS. Ao analisar as respostas do motivo deste resultado, alguns alegaram: “não seguiu o projeto elaborado pelo SEBRAE/MS”; “não concluiu o projeto”; “falta de tempo”; “não foi dado importância”; “não recebeu retorno satisfatório”.

Ou seja, não foi dado prosseguimento ao trabalho realizado pelo SEBRAE/MS. A partir das respostas identificadas, pode-se alegar que não houve interesse em seguir as sugestões dadas ao longo do projeto elaborado. Alguns empresários alegaram se tratar de algo bastante burocrático, outros afirmaram serem fracas as abordagens realizadas pelos consultores do SEBRAE/MS, e que não acrescentaram nada mais além do que os empresários já conheciam.

Destas empresas, 6 (seis) utilizaram empréstimo ou financiamento ao longo de sua existência. Alegaram dificuldade em conseguir estes empréstimos e financiamentos devido às exigências burocráticas, exigências de garantias, juros altos e elevados custos cadastrais. As 4 (quatro) demais alegam não terem utilizado financiamento ou empréstimos.

Sete afirmaram terem realizado algum tipo de análise de mercado, mesmo de âmbito pessoal, além de buscar opiniões de parentes e amigos sobre o que pretendia explorar. As

outras 3 (três) alegaram não terem se preocupado com isso, por conhecerem a atividade a ser desenvolvida.

Para estabelecer o preço de venda de seus produtos ou serviços, as empresas questionadas possuem uma política de preços a partir dos preços praticados por seus competidores. Apenas 1 (uma) empresa afirma não se preocupar com os preços praticados pelos seus concorrentes, estabelecendo preço próprio de seus produtos ou serviços a partir da credibilidade que possui.

Todas as empresas acreditam que o investimento em publicidade possibilita retorno nas vendas, no entanto, apenas 6 (seis) empresas investem em publicidade.

Considerando o mesmo ramo de atuação, 7 (sete) destas empresas afirmam não existir cooperação entre si. No entanto, 9 (nove) das 10 (dez) empresas questionadas visualizam que, apesar de não haver uma maior cooperação na prática, existe a possibilidade de haver uma maior cooperação entre si ou entre empresas de outros segmentos.

Apenas uma empresa afirma não possuir anotações detalhadas da ocorrência de suas atividades operacionais em termos de custos ou despesas.

Seis destas empresas afirmam não possuírem dificuldade de capital de giro. Os principais artifícios que utilizam para possuir capital de giro satisfatório: “compras planejadas”; “negociação do valor do produto ou da matéria-prima a serem pagas”; “qualidade dos produtos ou serviços prestados e dedicação integral ao seu negócio”.

Nenhuma destas empresas considera possuir um tamanho satisfatório e o principal motivo por esta insatisfação pelo tamanho que possuem é a falta de capital.

Quanto aos seus funcionários praticamente todas as empresas alegam não haver mão-de-obra qualificada no mercado de forma satisfatória para suprir todas as suas necessidades. Conforme a atividade que estas exercem, sempre demonstram a necessidade de aperfeiçoar este funcionário para atender a empresa.

Mesmo após já terem utilizado os serviços do SEBRAE/MS, todas ainda possuem dificuldades e se encontram nas fases 1 (um) e 2 (dois) de crescimento, segundo a abordagem de Padula (2000). Além destas fases, 6 (seis) também possuem dificuldades referentes a fase 3 (três) de crescimento. Estas fases encontram-se explicitadas no capítulo 2 (dois), item 2.1.3, página 44.

Para que possam ter um maior desempenho em suas atividades, destacaram: maior qualificação de seus funcionários; maior dedicação de todos os envolvidos; mais clientes; eliminação de concorrência desleal, principalmente dos informais (camelôs).

5.1.3.2 Características das empresas, a partir dos questionários respondidos, que ainda não utilizaram os serviços do SEBRAE/MS

São 8 (oito) empresas analisadas. O número de funcionários nestas empresas varia de 0 (zero) a 13 (treze) funcionários. Quatro empresas possuem de 3 (três) a 5 (cinco) anos de sobrevivência, sendo 1 (uma) atuando na informalidade, e outras 4 (quatro), de 11 (onze) a 20 (vinte) anos de sobrevivência. A idade de seus proprietários varia de 45 (quarenta e cinco) a 55 (cinquenta e cinco) anos. Um possui superior completo, 5 (cinco) com 2º grau completo e 2 (dois) com o 1º grau completo. Todos são único proprietário das empresas. Atuam no segmento de comércio ou serviço

Afirmam nunca terem entrado em contato com o SEBRAE/MS. Questionados sobre a percepção da atuação do SEBRAE/MS, estes deram as seguintes respostas: “não tenho conhecimento”, “deve ser bom” e “nenhuma”.

Três destas empresas não necessitaram de financiamento ou empréstimos para o início de suas atividades e 5 (cinco) necessitaram. Alegaram, como dificuldade em obterem estes recursos, o excesso de burocracia e a alta taxa de juros.

Apenas 2 (duas) empresas preocuparam-se em realizar uma análise de mercado antes de iniciar suas atividades. Outras 6 (seis) alegaram não terem apresentado esta preocupação.

Apenas 1 (uma) destas 8 (oito) empresas não estabelece o preço de seu produto ou serviço a partir de seus competidores. Estipula o preço conforme sua necessidade de cobrir seus custos. As outras 7 (sete) empresas estabelecem suas políticas de preços a partir de seus competidores, procurando criar um clima de cordialidade e de boa relação.

Quatro investem em publicidade e outras 4 (quatro) não, apesarem de todas entenderem que o investimento em publicidade proporciona retorno às vendas.

Com relação a cooperação, todas entendem que pode haver maior cooperação entre empresas do mesmo segmento ou de segmento diferentes.

Duas empresas, das 8 (oito) analisadas, afirmam não realizarem anotações detalhada das ocorrências de suas atividades operacionais, em termos de custos e despesas. As 6 (seis) demais alegam realizarem estas anotações.

Com relação à dificuldade em manter um capital de giro satisfatório, 4 (quatro) afirmam não possuírem e outras 4 (quatro) afirmam possuírem dificuldade em manter um capital de giro satisfatório. Enumeram como os principais motivos em manter um capital de giro satisfatório: inadimplência; “dívidas; retiradas de pró-labore, despesas de manutenção (água, luz, aluguel) e dificuldade de manter um controle mais efetivo de custos e despesas”.

Para superar a dificuldade de capital de giro utilizam os seguintes artifícios: “bom entendimento ao cliente, cordialidade, preços competitivos, bons serviços, pagamentos de compras a vista, pesquisas de preço, controle dos gastos.”

O tamanho é considerado satisfatório para 3 (três) empresas, outras 5 (cinco) consideram o tamanho de suas empresas não satisfatório. Os principais motivos desta insatisfação são: “espaço pequeno, impossibilidade de contratação de novos funcionários por motivos financeiros, não querer se endividar”.

Indagados sobre a qualificação de seus empregados, responderam não encontrar com facilidade pessoas qualificadas no mercado.

Com relação às fases de crescimento, todas encontram-se nas fases 1 (um) e 2 (dois).

Para que possa ter um maior desempenho alegam a necessidade de existir uma menor burocracia governamental, pessoas mais qualificadas, condições de ampliar seu espaço de atuação e de ampliar a variedade de produtos ou serviços.

5.1.4 Análise da atuação do SEBRAE/MS junto às Micro e Pequenas Empresas

Como já foi mencionado, os dados obtidos do SEBRAE/MS são somente aqueles provenientes de sua página da Internet. O objetivo inicial era de poder realizar uma entrevista com algum representante do SEBRAE/MS. No entanto, após algumas tentativas e espera de retorno para a efetivação de um contato, este não ocorreu. Nesta entrevista buscava-se levantar informações sobre a forma de atuação do SEBRAE/MS junto às micro e pequenas empresas, objetivando detectar as características dos programas de apoio e de fomento, as formas de abordagem, a receptividade, os resultados obtidos, a interpretação sobre as necessidades das empresas, o perfil dos prestadores de serviço do SEBRAE/MS, entre outras características que melhor poderia avaliar a amplitude da contribuição desta instituição junto as micro e pequenas empresas.

Assim sendo, as informações sobre o SEBRAE/MS restringiu-se aquelas informações disponíveis em sua página na Internet. O acesso a sua página na Internet proporcionou condições em obter informações referentes aos seus programas de Apoio e de Fomento, cópia de seu Estatuto Social e acesso ao seu Edital de Credenciamento de Pessoas Jurídicas para Prestação de Serviços de Instrutoria e Consultoria 01/2011, aos quais passaram a ser os objetos de análise.

5.1.4.1 Os Programas de apoio de fomento do SEBRAE/MS

A partir de sua página na internet foram observados vários programas desenvolvidos voltados para o segmento das Micro e Pequenas Empresas. Todos visam atender as necessidades destas empresas no tocante a sua manutenção e sobrevivência no mercado (ver capítulo 3 (três), item 3.3, página 78).

Interessante observar que alguns destes serviços também envolvem médias e grandes empresas, principalmente quando estas podem, de alguma forma, beneficiar as Micro e Pequenas Empresas, como é o caso da Bolsa de Negócios do SEBRAE/MS, onde todas as empresas interessadas podem divulgar seus produtos ou serviços pela página da Internet do SEBRAE/MS. Neste espaço, empresas que procuram parcerias e outras formas de cooperação podem utilizar-se do serviço. É previsto, também, a disponibilidade de pesquisas, estudos e eventos referentes ao tema.

O Empretec, um treinamento direcionado aos empresários, tem por objetivo oferecer um aprendizado prático para o micro e pequeno empreendedor que deseja ou que já possui o seu negócio. No entanto, a participação neste programa de apoio exige tempo disponível deste empreendedor para a sua participação. Como foi possível perceber, na maioria das micro e pequenas empresas analisadas é o proprietário a pessoa que está à frente das principais decisões e iniciativas tomadas pela empresa em atividade, e esta postura pode fazer com que este empresário tenha dificuldades em acompanhar todo o curso. Os cursos on-line oferecidos pelo SEBRAE/MS podem ser uma alternativa frente a esta falta de tempo.

Com relação à análise de mercado, o SEBRAE/MS oferece um serviço de geoprocessamento, onde, através de várias fontes de informações, poderá fornecer dados para que o futuro empresário possa melhor analisar o lugar onde pretende atuar, relacionado a concorrência, fornecedores e perfil da população da região onde pretende atuar. Para que estas informações sejam realmente úteis, é necessário que as fontes tenham informações atualizadas, precisas e confiáveis.

O Nascer Bem demonstra uma abrangência maior, pois se propõe em acompanhar o desenvolvimento da empresa durante um determinado período, apesar de ser destinado a empresas com até dois anos de existência.

O Programa Prefeito Empreendedor é uma forma de incentivar as cidades em criar políticas públicas no âmbito municipal com o objetivo de fomentar a abertura e legalização de micro e pequenas empresas através de incentivos municipais.

O Programa SBRT – Resposta Técnica, é uma alternativa interessante para poder suprir a necessidade de uma micro ou pequena empresa em obter respostas referente a atividade específica a que atua, ou seja, ao serviço ou produto que venha a comercializar ou produzir.

Percebe-se a preocupação do SEBRAE/MS em realmente criar e oferecer programas que possam auxiliar os micro e pequenos empresários em manter suas empresas em atividade.

A partir da análise do seu edital de credenciamento para prestação de serviços de consultoria e instrutoria, pode-se verificar que estes serviços de consultoria e instrutoria, que o SEBRAE/MS oferece as Micro e Pequenas e Micro Empresas, são realizados por empresas credenciadas. Estas empresas credenciadas pelo SEBRAE/MS passam por um processo de seleção, através do referido edital público. Neste edital são exigidas formação, experiência, conhecimento e habilidades mínimas, tais como: graduação completa, certificação da capacidade técnica, capacidade de relacionamento, comunicação, análise, negociação, etc., e experiência na área de atuação de pelo menos 1 (um) ano, com exceção da área de Políticas Públicas de apoio as Micro e Pequenas Empresas, ao qual exige 2 (dois) anos de experiência.

Estão previstas acompanhamentos e avaliações ao longo da prestação dos serviços de consultoria e instrutoria com o objetivo de garantir os resultados destes serviços juntos as Micro e Pequenas Empresas, objeto destes serviços..

Junto a mídia, percebe-se a presença do SEBRAE/MS atuando na divulgação de seus serviços e no lançamento de novos serviços, como instituição promotora ou em parceria com outras instituições.

O SEBRAE/MS trata-se, portanto, de uma instituição pública que possui uma concepção e uma estrutura apropriada e direcionada para atender as necessidades das Micro e Pequenas Empresas do estado. No entanto, por que muitas das empresas, alvo da pesquisa, não aproveitam de forma eficiente os serviços oferecidos pelo SEBRAE/MS? A resposta desta questão, assim como demais análises, serão discutidas no tópico sobre conclusões e recomendações.

5.1.5 Discussão sobre as limitações das análises realizadas

Sem dúvida nenhuma, quanto maior a quantidade de empresas analisadas, mais precisos e ricos serão os dados obtidos. Os dados obtidos para a análise das Políticas Públicas junto as Micro e Pequenas Empresas, tendo como referencia de atuação os serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS, limitou-se em apenas levantar informações sobre a dificuldade

ou o não interesse destas empresas em melhor utilizar os serviços oferecidos pelo SEBRAE/MS e o impacto destas políticas juntos as empresas analisadas.

Os dados obtidos, devido à pequena quantidade de empresas participantes e as suas variações, mostraram-se praticamente impossíveis de serem utilizados para realizar algum tipo de correlação significativa entre estes dados e as empresas analisadas. De levantar características inerentes a determinadas situações que possam correlacionar padrões de atuações com uma determinada consequência ou resultado, tanto com quanto sem a utilização dos serviços oferecidos pelo SEBRAE/MS.

Dessa forma, o desenvolvimento desta pesquisa limitou-se em realizar uma caracterização entre as empresas que utilizaram e as empresas que não utilizaram das políticas públicas do SEBRAE/MS, evidenciando a direção e as decisões tomadas por estas empresas, assim como, as dificuldades e desafios por elas enfrentados ao longo de suas trajetórias.

Além desta limitação junto às empresas alvo da pesquisa, não se obteve um contato efetivo junto a algum representante do SEBRAE/MS. Foi elaborada uma série de questões para serem respondidos por algum representante do SEBRAE/MS, com o objetivo de obter uma análise das Micro e Pequenas Empresas sob a óptica do SEBRAE/MS, ao qual não ocorreu.

Assim, a análise sobre a eficiência dos serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS ficará restrita as informações prestadas somente pelas micro e pequenas empresas. O esforço desta análise, portanto, será o de levantar informações coerentes, sensatas, úteis e importantes, cuidando para que não sejam realizadas análises que possam levar a informações ou conclusões distorcidas da realidade.

Talvez o contato com empresas credenciadas junto ao SEBRAE/MS, que prestam os serviços de instrutoria e consultoria, para obter uma análise da visão sobre as Micro e Pequenas Empresas, relacionadas à sua dificuldade em se manter em atividade, possam se mostrar mais frutíferas.

6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Segundo Penrose (2003), existem 5 (cinco) motivos que levam a existência, ou que explicam a existência de micro e pequenas empresas. São elas: em atividades que são impróprias a grandes empresas; em que exigem rápida adaptação ou de pequena escala; por tolerância; por ser de fácil constituição e; pelo fato das grandes ainda não perceberem a existência destas empresas.

Geralmente as micro e pequenas empresas têm como características principais: elevadas taxas de entradas e de saídas no mercado, baixos níveis de lucro e de desenvolvimento tecnológico, resultando pouco, ou nenhum, crescimento ou oportunidade de crescimento da firma.

Pode-se considerar, então, que existe uma seleção natural do mercado: “Os potenciais empresários, com amplos recursos financeiros tem possibilidades de atuação maiores do que os desprovidos de capital.” (PENROSE, 2003, p. 328).

Estes empresários em potencial tendem a rejeitar aquelas áreas em que não terão sucesso e escolher aquelas áreas cuja perspectiva de retorno seja satisfatória, ou mesmo, proporcional as suas ambições.

No entanto, apesar das vantagens competitivas das grandes empresas em relação às pequenas, ao qual aquelas, teoricamente, possuem mais recursos disponíveis para serem utilizados e assim, tirarem melhores e maiores proveitos do mercado, caso a velocidade de expansão no mercado seja maior que a velocidade de crescimento da empresa, este descompasso pode proporcionar condições favoráveis ao surgimento de novas firmas e de crescimento de firmas menores. Este descompasso, em que proporciona a oportunidade de ingresso de novas firmas e de crescimento de outras de pequeno porte é denominado, segundo Penrose (2003), de interstício de mercado:

[...] tais interstícios vão sendo criados porque há limites para a taxa de expansão de qualquer firma, inclusive das maiores; a natureza dos interstícios é determinada pelas espécies de atividades nas quais as empresas maiores encontram suas oportunidades mais lucrativas, e nas quais elas se especializam, deixando abertas as demais (PENROSE, 2003, p. 48)

No entanto, em uma situação inversa, em que uma micro ou pequena empresa venha a desenvolver uma forma nova e lucrativa de atuar no mercado, uma grande pode se sentir atraída por esta nova atuação no mercado, destruindo, assim, a oportunidade desta micro ou pequena empresa em melhor aproveitar esta nova oportunidade de mercado. A grande

empresa poderá comprar os ativos das empresas menores ou mesmo, expulsá-las do mercado utilizando-se de sua maior capacidade financeira, podendo criar situações desfavoráveis para que uma micro ou pequena empresa tenha condições de concorrer ou suportar.

Os recursos disponíveis nas micro e pequenas empresas não são suficientes para garantir o desenvolvimento de vantagens comparativas para que estas empresas possam melhor aproveitarem novas oportunidades de mercado voltados para sua expansão e, por conseqüência, desenvolver condições internas em criar barreiras para a entrada de novos concorrentes no ramo que atua.

Instituições de apoio e de fomento, como o SEBRAE/MS, demonstram não utilizar instrumentos adequados em satisfazer estas necessidades, pois, além de lidar com empresas financeiramente frágeis e com muitos empresários sem acesso a informações precisas e úteis sobre tendências de mercado e até mesmo sem informações precisas sobre a área em que atuam (considerando o produto ou o serviço que explora), Instituições de apoio e de fomento, como o SEBRAE/MS, demonstram deficiências efetivas e favoráveis em suprir estas empresas, de forma eficiente e satisfatória, de informações que possam combater estas aparentes fragilidades.

Possuem, portanto, condições de apenas orientar estas empresas sobre o cuidado que estas devem tomar, assim como, sugerir alguns procedimentos, orientações e realizar intervenções momentâneas para corrigir e ou adequar, geralmente de forma momentânea, a estrutura da empresa diante de sua realidade e condições de atuação.

Segundo Penrose (2003), são muitos os motivos que levam a economia a criar interstício de mercado, ou seja, espaços deixados pelas grandes no mercado onde micro e pequenas empresas possam atuar. Uma delas é resultado da análise das grandes em manter os gastos em pesquisa e desenvolvimento. Estes gastos podem ser tão altos que podem comprometer a rentabilidade destas empresas, optando em desistir desta pesquisa e desenvolvimento. Uma micro e pequena empresa poderia, então, possuindo uma vantagem comparativa apropriada para tal, assumir ou ganhar a oportunidade de assumir este espaço de mercado.

No entanto, devido ao capitalismo competitivo, esta vantagem comparativa pode se tornar passageira. Para assegurar e manter esta vantagem, estas micro e pequenas empresas podem se sentir obrigadas a rever seus recursos e processos internos, principalmente quando continuar por muito tempo atuando de uma mesma forma. Para poder manter sua vantagem e permanência neste espaço de mercado, estas empresas podem ver-se obrigadas a recorrer, obrigatoriamente, a capitais adicionais e o desenvolvimento na capacidade de inovar. Trata-

se, portanto, de alternativas bastante improváveis visto a formação e preparo da maioria dos empresários de micro e pequenas empresas e o difícil acesso a empréstimos e financiamentos. Como resultado desta situação, as características da grande parcela de empresas deste segmento, as quais, por não possuírem condições de buscarem inovação e a baixa capacidade de investimento e acesso a capitais adicionais, acabam investindo em empresas cujas barreiras para novos entrantes são, praticamente, inexistentes.

Barreiras a entradas de empresas concorrentes exigem o uso e domínio de tecnologias, de novos produtos ou procedimentos. Entendo ser algo distante de nossa realidade de mercado.

Das 24 (vinte e quatro) Micro e Pequenas Empresas analisadas, considerando as 18 (dezoito) que responderam os questionários e as 6 (seis) que foram entrevistadas, pode-se afirmar que apenas uma utilizou de maneira satisfatória os serviços do SEBRAE/MS. Trata-se da empresa denominada como empresa D, analisada no capítulo 5 (cinco), tópico 5.1.2.1.2, Empresas entrevistadas e em atividades no momento da entrevista e que procuraram os serviços do SEBRAE/MS, página 100, uma das empresas entrevistadas.

A característica principal desta empresa é referente à sua organização, estrutura e ambiente de atuação. Demonstra ser uma empresa organizada com relação as suas funções e atividades, possui uma estrutura bem definida e, principalmente, um espaço de atuação privilegiado, pois, apesar de se tratar de uma pequena empresa, os seus produtos comercializados estão atrelados a uma grande firma, com grande espaço de atuação, cujas regiões atendidas possuem exclusividade de vendas, pré-determinadas por contrato e a divulgação de seus produtos é realizada a nível nacional.

Pode-se afirmar tratar-se de um interstício de mercado interessante tanto para a pequena quanto para a grande firma ao qual representa.

Esta organização, sua estrutura e ambiente de atuação leva a esta pequena empresa a atuar no mercado de forma mais segura, com menos riscos, pois as decisões relacionadas às vendas são previamente definidas, preocupando apenas em criar alguns mecanismos de facilitação das vendas, como brindes e promoções. Trabalha com produtos similares, com pouco ou nenhum investimento em estoques e principalmente, possui como aliado uma forte barreira para novos entrantes, definida em contrato.

Toda esta segurança no ramo em que atua e a organização que possui, demonstra proporcionar a esta empresa melhores condições em aproveitar de forma mais eficiente os serviços de apoio e de fomento do SEBRAE/MS. Pois este empresário consegue visualizar melhor as suas necessidades em comparação com aquelas empresas cujo nível de

concorrência é maior e que apresenta baixo ou nenhuma barreira para novos entrantes. Consegue definir, assim, de forma mais clara e específica que tipo de serviço ou auxílio necessita do SEBRAE/MS.

Nas empresas em que o nível de concorrência é maior e que apresenta baixo ou nenhuma barreira para novos entrantes, percebe-se levar o proprietário a um maior nível de exigência em acompanhar de perto todas as atividades desenvolvidas dentro da empresa, relacionado a vendas, a qualidade dos serviços prestados, compra e negociação de produtos junto a fornecedores, controle de caixa, contratação de pessoal, etc.

Ao procurar auxílio do SEBRAE/MS, por exemplo, este empresário espera encontrar algo que possa auxiliar a empresa como um todo, em todas as atividades e de forma, muitas vezes, imediata. Mas este auxílio não consegue ser realizado de uma forma imediata e definitiva e, tão pouco, atender todas as necessidades de uma empresa. E muitos dos empresários pesquisados não demonstram possuir esta paciência e este tempo. Muitos esperam um resultado rápido e, muitas vezes, respostas prontas frente as suas necessidades.

Ou seja, quanto mais organizada uma empresa, maior é a probabilidade de conseguir visualizar de maneira clara o que se deseja dos programas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS, em comparação com aquela empresa cuja organização de suas atividades, e mesmo o controle destas, não são bem definidas.

Esta situação fica evidente ao analisar o seu Edital de Credenciamento de Pessoas Jurídicas para Prestação de Serviços de Instrutoria e Consultoria 01/2011. Este edital de credenciamento para prestação de serviços de consultoria e instrutoria tem por objetivo contratar consultores e instrutores para atuarem em áreas específicas. Neste edital são exigidas formação, experiência, conhecimento e habilidades mínimas, tais como: graduação completa, certificação da capacidade técnica, capacidade de relacionamento, comunicação, análise, negociação, etc., e experiência na área de atuação específica que o pretendente a consultor ou instrutor pretende atuar, como recursos humanos e empreendedorismo, serviços financeiros e contábeis, marketing e vendas (nas sub-áreas específicas de marketing de serviços, marketing de varejo, marketing em agronegócios, franquias, publicidade e propaganda, etc.), comércio exterior, planejamento empresarial, políticas públicas, entre outros, de pelo menos 1 (um) ano, com exceção da área de Políticas Públicas de apoio as Micro e Pequenas Empresas, ao qual exige 2 (dois) anos de experiência. Ou seja, o SEBRAE/MS tem a sua disposição consultores e instrutores especialistas em áreas específicas e não instrutores e consultores generalistas.

Além disso, o tempo de experiência exigida é pouco em relação ao que o empresário espera.

Pode-se afirmar, portanto, que em uma parcela significativa destes empresários, não há um interesse em procurar conhecer, entrar em contato, verificar e atender as orientações do SEBRAE/MS devido a esta dificuldade. Percebe-se que muitos dos empresários pesquisados esperam algo pronto, inédito, rápido e que atendam todas as necessidades da empresa. Que o resultado aconteça sem que obrigue a disponibilizar tempo e dedicação em seguir as orientações do SEBRAE/MS. Portanto, existe, sim, uma ansiedade destes empresários em conseguir um resultado rápido, imediato de todas as informações e áreas que sente dificuldade de lidar.

No entanto, os programas de apoio e de fomento do SEBRAE/MS exigem tempo e dedicação. Mas para que tudo possa acontecer de forma satisfatória, é necessário que exista um esforço por parte dos micro e pequenos empresários em compreender esta situação. Em saber que o resultado de um programa de apoio ou de fomento irá demandar tempo e dedicação. Vejo, nesta situação, o principal ponto de discórdia e questionamento dos empresários.

Em toda e qualquer empresa acontecem uma variedade de atividades operacionais necessárias para a prestação de serviços, vendas e/ou produção de seus produtos. Para que estas atividades operacionais aconteçam, é necessário que a empresa utilize seus recursos humanos, financeiros, tecnológico e administrativo (PENROSE, 2003). Todas as empresas possuem estes recursos. Em algumas empresas são mais desenvolvidas do que em outras, mas todas as empresas possuem estes recursos. Estes recursos são, então, utilizados para que estas atividades operacionais aconteçam. Pode-se até afirmar que a qualidade destas atividades operacionais está diretamente relacionada com a qualidade dos recursos que as empresas dispõem. Quanto mais eficiente os recursos, mais eficientes os resultados das atividades operacionais da empresa. Foi abordado, também, que toda e qualquer atividade desenvolvida em uma empresa envolve o consumo de recursos financeiros. Cabe salientar que as empresas em geral procuram realizar o máximo de atividades operacionais com a menor utilização de recursos financeiros para bancar estas atividades. Claro que estas atividades devem ser aquelas o suficiente para que a empresa possa produzir, vender ou prestar o serviço que se propõe, sem que estas se repitam desnecessariamente, ou seja, que ocorra de forma eficiente no momento certo, sem necessidade de repetição.

Segundo Penrose (2003) uma das mais sérias desvantagens de qualquer firma pequena é o acesso a capitais. Tudo que é realizado dentro de uma firma consome recursos financeiros,

desde a manutenção de suas atividades até a tomada de decisão. Então, toda e qualquer ação executada por uma firma está baseada em consumo de recursos financeiros. E uma tomada de decisão voltada para a sua expansão ou maior atuação no mercado, envolve recursos financeiros adicionais. Então, esta expansão é limitada pelos recursos financeiros que micro e pequenas empresas possuem acesso. E isto torna estas empresas muito frágeis.

E quando existe dinheiro disponível para ser utilizado para sua expansão, para adquirir novas máquinas e equipamentos, este, geralmente, é um valor pequeno, que não satisfaz a sua necessidade e, ainda, pode estar atrelado a uma taxa alta de juros, em comparação com as grandes empresas. Logo, os riscos em obter empréstimos pode ser maior para as micro e pequenas empresas do que para as grandes empresas. Portanto, pelo fato de terem acesso a pouco dinheiro, geralmente atrelado a uma taxa de juros alta, as oportunidades de negócios para as micro e pequenas empresas devem ser, obrigatoriamente, mais lucrativas em relação as grande empresas.

No entanto, micro e pequena empresa está associado a pouca experiência, a pouco domínio tecnológico, a pouco recursos internos, e, praticamente, a inexistência de vantagens comparativas.

As perspectivas de sucesso, de lucratividade e de rentabilidade de micro e pequenas empresas, são, praticamente, desacreditadas. Existe um pré-julgamento realizado pelo mercado de que uma empresa de micro e pequeno porte pode perder todo o dinheiro a ela disponibilizada, ou seja, para o mercado, micro e pequenas empresas é sinônimo de investimento de alto risco, pois em relação as grande empresas, não possuem garantias a oferecer.

As políticas anti-inflacionárias, ou de contenção de crédito ou consumo, também tendem a serem desvantajosas para as micro e pequenas empresas. O dinheiro fácil também pode ser desvantajoso, pois pode ocasionar alta inflacionária nos preços, e preços altos tendem a ocasionar uma elevação nos custos de expansão, podendo comprometer, também, o resultado das micro e pequenas empresas.

Muitos estudos existem relacionando a necessidade das micro e pequenas empresas estarem inseridas em arranjos e sistemas produtivos locais. A mais evidente são as pesquisas da RedeSist – Rede de Pesquisas em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais, em que o principal foco é o estudo da disposição e da relação do conjunto destas empresas em determinadas regiões (CASSIOLATO et al. 2003).

Sem dúvida, nenhuma empresa conseguirá se manter no mercado sozinha, mas relacionar o sucesso de uma empresa ou região a necessidade de se manter em um sistema ou

arranjo local de produção pode vir a discriminar aquelas empresas que, por suas características, atuam de forma mais isolada no mercado, como algumas empresas prestadoras de serviços.

Em regiões pequenas, onde a exploração de determinada cultura ou a relação da região com determinada exploração é forte, os arranjos ou sistemas locais de produção podem ter sucesso. No entanto, em cidades maiores, onde a concentração de micro pequenas empresas é muito grande, criar arranjos e sistemas locais de produção pode se tornar algo bastante complexo, devido a esta variedade.

Instituições de apoio e de fomento, como o SEBRAE, orientam estas empresas em conhecer o seu público de atuação, seus fornecedores, clientes, o mercado local e regional.

Estas políticas podem ser desenvolvidas no intuito de levantar a necessidade de se criar relações de interesse e de confiança, com o apoio de instituições que incentive estas relações. Entretanto, percebe-se que a grande maioria dos empresários pesquisados não vêem tais instituições como organismos de real apoio. Boa parte destes empresários entende que o sucesso de seu negócio está mais atrelado a sua capacidade de liderança e de gestão do que baseado em relação de confiança sobre a atuação destas instituições.

Mesmo em regiões cujo desenvolvimento de sistemas ou arranjos locais é incentivado, deve-se tomar o cuidado para que haja políticas apropriadas para que estas empresas possam se configurar em um arranjo ou sistemas. O fato de transferir um arranjo ou sistema produtivo de uma região para outra, não implica sucesso, não assegura que se consigam os mesmos resultados, pois há a necessidade de se considerar as particularidades destas regiões, pois, segundo Cassiolato e Lastres (1999, p. 56) “[...] a adoção de enfoques e políticas uniformes ignora a existência de disparidades, que decorrem não só de fatores econômicos, mas também de diversidades nas matrizes sócio-políticas e das particularidades históricas.”.

Na maioria das empresas analisadas pode-se perceber que, para satisfazer a necessidade de um maior controle e organização de suas atividades, há a necessidade de que o SEBRAE/MS venha a atuar em diversas áreas ao mesmo tempo, como o treinamento de pessoal, finanças, publicidade, organograma e fluxograma da empresa, layout, vendas e publicidade, planejamento, entre outros, pois nestas empresas estas atividades não são realizadas de uma forma muito definida e organizada. É necessário, portanto, que estas empresas primeiro se organizem e depois definam em que área deverá obter o serviço de apoio e de fomento mais específico.

Quanto mais tempo no mercado e atuante, maior a probabilidade da firma adquirir e dominar todas as suas rotinas com menor dispêndio de esforços em comparação a uma firma

nova. No entanto, devido ao crescente capitalismo competitivo, as firmas em geral devem procurar inovar-se e a procura pelo novo poderá exigir um maior dispêndio de esforços em manter suas rotinas operacionais a um nível que possa atender esta exigência. Deverá, portanto, constantemente rever e reavaliar a forma com que os serviços são executados, objetivando oferecer e manter produtos e serviços de qualidade. Devido à capacidade de atuação e condições financeiras, é inconcebível e inaceitável referir-se a inovação voltada para micro e pequenas empresas. No entanto, pensar em inovação pode instigar as micro e pequenas empresas em melhorar, em aperfeiçoar os recursos que possui. Recursos tecnológicos, financeiros, humanos e administrativos.

O dia-a-dia da empresa requer, portanto, um preparo efetivo destes empresários que somente poderão conquistar estas condições (e adquirir recursos internos satisfatórios) através de um controle e conhecimento detalhado de todas as atividades da empresa, assim como, a definição de estratégias de crescimento de mercado baseados nestes conhecimentos e experiências acumuladas. E isto exige uma atitude de comprometimento e de conscientização, o que envolve não somente os empresários, mas todos os segmentos envolvidos, como os funcionários da empresa, concorrentes, fornecedores, governo, Instituições de Ensino, entre outros. Perpassando, até mesmo, sobre questões de amplitude cultural, no desenvolvimento de um ambiente de confiança, participativo e colaborativo, sem atitudes indesejáveis, condenáveis, em que pessoas possam tirar proveitos de situações ou oportunidades que venham a surgir.

A experiência é importante, pois tendem a aperfeiçoar e a especializar os recursos disponíveis na empresa. A experiência é diretamente proporcional ao tempo, quanto maior a relação com o fato ou acontecimento, maior a experiência obtida devido ao contato com as variáveis e agentes relacionados com a prática analisada (PENROSE, 2003).

Fatores condicionantes e limitantes tendem a levar ao comprometimento da eficiência dos programas do SEBRAE/MS. Segundo Penrose (2003) é praticamente impossível prever ou estabelecer a velocidade de crescimento de uma firma. Esta dificuldade ocorre devido à complexidade das empresas, das suas necessidades, do nível de seu domínio tecnológico, das experiências vividas, entre outros. Ou seja, trata-se de diversidades, de variações de necessidades ao longo das experiências de uma firma. E estas variações ocorrem conforme as intensidades em satisfazer as necessidades de mudanças e adaptações visualizadas pelo proprietário ou proprietários e/ou pelas imposições de adaptação impostas pelo mercado como concorrência, mudanças tecnológicas, políticas governamentais, preferências dos consumidores, etc.

Deve-se considerar, segundo Penrose (2003) que o contexto determina as oportunidades de qualquer firma.

Neste sentido, o SEBRAE/MS, ao analisar o contexto em que estão inseridas as micro e pequenas empresas, deve ter condições de antecipar as necessidades destas empresas dentro destes contextos específicos, ou seja, dentro de certos limites de atuação.

Por mais que se pretenda ampliar os limites de atuação, estes limites estão condicionados, também, a interpretações de diversas pessoas, ou seja, da visão e expectativas dos empresários, clientes, fornecedores, governo.

As empresas possuem diversos recursos a sua disposição (recursos tecnológicos, financeiros, humanos, administrativos, etc.). É necessário, portanto, que a empresa, assim como o SEBRAE/MS, conheçam as potencialidades e deficiências dos recursos disponíveis. Deve-se considerar, então, o tempo para a efetivação deste conhecer.

As empresas possuem recursos a sua disposição. E estes recursos são frutos de seu tempo de existência, de suas experiências. Logo, para algumas empresas, estes recursos, frutos de suas experiências adquiridas, podem tornar-se um diferencial. Assim sendo, deve-se examinar as oportunidades de uso de tais recursos, pois estes recursos podem se tratar de um diferencial junto aos seus concorrentes.

Deve-se, então, analisar os recursos disponíveis em uma empresa e, somente após esta análise, levantar as oportunidades de expansão adequadas à empresa, dentro dos limites de atuação desta empresa, dos seus recursos. Deve-se evitar, neste caso, de atuações e procedimentos padronizados, comuns em muitos programas desenvolvidos pelo SEBRAE/MS.

Longe de se levantar uma alternativa para esta situação, mas apenas como uma forma de começar a pensar em algum tipo de iniciativa como forma de minimizar a situação posta, poder-se-ia criar uma estrutura que viesse a atender as particularidades de cada localidade, através da criação de comitês, comissão ou grupo de análise composto pelos interessados. Estes comitês teriam acesso a informações de sua localidade, da região (englobando municípios vizinhos e do próprio estado) para que possam ser definidos os caminhos a serem tomados. Mesmo em cidades onde a complexidade de micro e pequenas empresas são grandes, estes poderiam ser criados por bairros e vilas, sempre com o foco de atender a localidade em que atua como toda a região em entorno (toda a cidade e outras cidades). Esta visão ou campo de atuação pode ser estendido a nível internacional, para exportação e importação de produtos que possam dinamizar o comércio da localidade em análise pelo comitê de estudos.

Este comitê passaria a atuar de forma bastante próxima das instituições governamentais, oferecendo subsídios para que estas instituições possam criar e adequar políticas de apoio e de fomento voltadas para as necessidades específicas destas localidades específicas.

Com isso, os recursos poderiam ser melhor canalizados para atender grupos específicos, e não somente uma única empresa (considerando aqui a grande empresa) ou grupos específicos de empresas (como as inseridas em arranjos ou sistemas locais de produção). Recursos referentes, principalmente, a qualificação destes empresários.

Mas isto requer uma conscientização e preparo destes empresários. E este preparo poderia ser conseguido com políticas que levassem a estes empresários o entendimento da necessidade de se qualificarem. Ou seja, criar todo um processo que viesse a convencer os empresários envolvidos a se comprometerem com a qualificação. Nestas políticas públicas poder-se-ia prever o gasto com a pesquisa e desenvolvimento, com o objetivo de se poder alcançar, até mesmo, a inovação. Mas tudo dentro de um processo de cooperação mútua. Estes empresários devem entender que deve haver parcerias e não uma concorrência predatória.

Não podemos mais aceitar que as mudanças ou adaptações aconteçam sem um mínimo de organização, de planejamento, e até mesmo de um rigoroso acompanhamento e controle de seus resultados. Não se pode mais conceber o acaso. Esperar que as relações de troca, por si só, promovam o desenvolvimento e o crescimento das empresas e da economia. É necessário que seja criado um ambiente propício e que exista um caminho a ser trilhado, que possa proporcionar condições de atuação, pois as Micro e Pequenas Empresas, caso não exista algum tipo de apoio, tendem a continuar com altos índices de mortalidade.

Não se deve esperar respostas prontas diante das dificuldades. Deve haver uma conscientização que existe um volume grande de informações a serem compartilhadas, processadas e analisadas, objetivando gerar novas informações e novos conhecimentos para que o ambiente para as Micro e Pequenas Empresas possam proporcionar melhores condições de atuação no mercado.

REFERÊNCIAS

- AMARAL FILHO, J. **É negócio ser pequeno, mas em grupo**. In: CASTRO, Ana Célia. (Org.). Desenvolvimento em debate: painéis do desenvolvimento Brasileiro II. Rio de Janeiro: Mauad: BNDES, 2002.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Cartão BNDES**. 2008. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/index.asp>>. Acesso em: 22 de junho de 2012.
- BARQUERO, A. V. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**, Ed. UFRGS. Porto Alegre, 2002.
- BEDÊ, M. A. (Coord.). **Onde estão as micro e pequenas empresas no Brasil**. São Paulo: SEBRAE, 2006.
- BELLUZZO, L. G.; ALMEIDA, J. G. **Depois da queda**: a economia brasileira da crise da dívida aos impasses do Real. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- BLANCHARD, O. **Macroeconomia**. Tradução de Cláudia Martins, Mônica Rosemberg; revisão técnica de Eliezer Martins Diniz. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- BLANK, M. C.; PALMEIRA, E. M. **Internacionalização de micro e pequenas empresas - uma visão crítica quanto a eficiência dos incentivos do governo**. en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 71, 2006. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/>>
- BOUDEVILLE, J. R. **Problems of regional economic planning** – Cap. I. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1966.
- BOYER, R. **Technical change and the theory of “regulation”**. In: DOSI, Giovanni et al (eds). Technical change and economic theory. London, Pinter Publishers, 1988.
- BRASIL. **Decreto nº 5.028, de 31 de março de 2004**, Estatudo da Micro Empresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5028.htm>
- BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2006**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/agri_familiar_2006/familia_censoagro2006.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2011.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**, Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leiscomplementares/2006/leicp123.htm>>. Acesso em: 10 jun. 2011

BRASIL. **Lei Complementar nº 139, de 10 de novembro de 2011**, Altera dispositivos da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leiscomplementares/2011/leicp139.htm>>

BRASIL. **Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005**, capítulo VI, artigo 33, Lei do Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Micro Empresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leis/2005/lei11196.htm>>

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Secretaria de Comércio Exterior, 2008**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/downl_1251310716.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2012.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Desenvolvimento tecnológico e inovação nas microempresas e empresas de pequeno porte**. 2007. Fórum permanente das microempresas e empresas de pequeno. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1202923119.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2012.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação Anual de Informações Sociais: microdados**. Brasília, 2008. CD-ROM

BRASIL. Presidência da República. **Novo modelo de desenvolvimento**. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/secom/coleção/novmode.htm>>. Acesso em: 15 dezembro 2007.

BRESSER-PEREIRA, L. C. **Estratégia Nacional e Desenvolvimento**. Revista de Economia Política, v. 26, n. 2, 2006.

CANUTO, O. **Crédito para pequenas e médias empresas no Brasil**. In: Ana Célia Castro. (Org.). Desenvolvimento em debate: painéis do desenvolvimento Brasileiro II. Rio de Janeiro: Mauad: BNDES, 2002.

CARNEIRO, R. **Desenvolvimento em crise: a economia brasileira no último quarto do século XX**. São Paulo: Ed. UNESP, IE – UNICAMP, 2002.

CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M. **Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais no Brasil**. IE/UFRJ (relatório de pesquisa).(dig.), 2002.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M.; LEMOS, C.; MALDONADO, J.; VARGAS, M. A. **Globalização e inovação localizada**. Brasília, IBICT/MCT, 1999.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H.M. M.; MACIEL, M. L. (org.). **Pequena Empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará: UFRJ, Instituto de Economia, 2003

CHANDLER, Alfred D. **Organizational Capabilities end the Economic History of the industrial Interprise**. Journal of Economic Perspectives, v. 6, n.3, pp 79-100, Sumer, 1992.

CHIAVENATO, I. **Teoria geral da administração: abordagens prescritivas e normativas da administração**. 3. ed. vol. 1-2. São Paulo: McGraw-Hill, 1987.

_____. **Recursos humanos na empresa**. Vol. 1. São Paulo: Atlas, 1989.

_____. **Teoria geral da administração: abordagens prescritivas e normativas da administração**. 3. ed. vol. 1-2. São Paulo: McGraw-Hill, 1987.

CHURCH, J.; WARE, R. **Industrial Organization – a strategic approach**. Boston. Irwin McGraw-Hill, 2000.

CLEMENTE, A. **Economia Regional e Urbana**. 1. ed. São Paulo: Atlas, v. 1, 1994.

COASE, R. **The Nature of the Firm: The firm, the market and the law**. Chicago, London, University of Chicago Press, 1988.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. Colaboração de Álvaro Augusto Araújo Mello. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2001.

_____. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios**. Tradução de Carlos Muferrari. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

FAGERBERG, J.; VERSPAGEN, B.. **Innovation, growth e economic development: Why some countries succeed and other don't**. Paper prepared for the first GLOBLICS CONFERENCE: Innovation, system and development strategies for the third millennium, Rio de Janeiro, November, 2003.

FREITAS, M. C.; PRATES, D. M. **O mercado de crédito no Brasil: tendências recentes:** Grupo de Conjuntura: Panorama das Economia Internacional e Brasileira, dinâmica e impactos da crise global. São Paulo: Edições Fundap, 2009. Disponível em: http://www.fundap.sp.gov.br/debatesfundap%5Cpdf%5CLivro-Panorama_das_Economias_Internacional_e_Brasileira/Book%20Livro%20de%20Conjuntura.pdf,

GABRIEL, S. **A influência da micro e pequena empresa no desenvolvimento econômico do Brasil:** Subsídios para compreensão do significado de micro e pequena empresa. São Paulo: SEBRAE/SP, 2008.

GERBER, Michael E. **O mito do empreendedor:** como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido. Tradução de Gunter Altmann. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GRAMIGNA, M. R. **Modelo de competências e gestão de talentos.** São Paulo: Makron Books, 2002.

GUERRIERI, P.; PIETROBELLI, C. **Models of industrial district's evolution and changes in technological regimes.** Druid Summer Conference, Aalborg University, 2000.

GUSMÃO, Sérgio L. L. **Um modelo conceitual para integração do Just-in-time com a teoria das restrições em pequenas e médias empresas industriais.** Porto Alegre, Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado em Administração de Empresas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1998.

HALLORAN, J. W. **Por que os empreendedores falham.** Tradução de Kátia Aparecida Roque; revisão técnica de Heitor José Pereira. São Paulo: Makron Books, 1994.

HASENCLEVER, L. FAURÉ, Y. **Caleidoscópio do desenvolvimento local no Brasil: diversidade das abordagens e das experiências.** Rio de Janeiro: Editora -Papers, 2007.

KANTIS, H.; ISHIDA, M.; KOMORI, M. **Empreendedorismo em economias emergentes:** criação e desenvolvimento de novas empresas na América Latina e no Leste Asiático: resumo. Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2002.

LA ROVERE, R. L.: **Sistematização do painel “Micro, Pequenas e Médias Empresas”.** In: Ana Célia Castro. (Org.). Desenvolvimento em debate: painéis do desenvolvimento Brasileiro II. Rio de Janeiro: Mauad: BNDES, 2002.

LEIRIA, A. M. L. **As competências do empresário da empresa de pequeno porte.** Porto Alegre. Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado em Administração, Mestrado Executivo em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.

LUCAS, R. **On the mechanisms of economic development.** Journal of Monetary Economics, 22, 1988.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos.** 5. ed. rev. São Paulo: Atlas, 1996.

MOREIRA, D. A. **Administração de Produção e operações.** 2ª Ed. São Paulo: Pioneira, 1996

NAKAGAWA, M. **Gestão estratégica de custos: conceito, sistemas e implementação.** São Paulo: Atlas, 1994.

NELSON, R. **As Fontes do Crescimento Econômico.** Campinas: Editora da Unicamp, 2006.

_____. **Por que as empresas diferem e qual é a importância disso? In: As fontes do crescimento econômico.** Tradução de Adriana Gomes de Freitas. Campinas, Editora da Unicamp, 2006.

NORONHA, E. G.; TURCHI, L. **Política industrial e ambiente institucional na análise de arranjos produtivos locais.** IPEA, Brasília, 2005.

NORTH, D. **Understanding the Process of Economic Change.** Celebrating 100 Years of Excellence Princeton University Press, 2005.

OLIVEIRA, D. P. R. **O executivo estadista: uma abordagem evolutiva para o executivo estrategista.** São Paulo: Atlas, 1991.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes, 1999.

PADULA, A. D. **A empresa familiar: as fases de crescimento e de desenvolvimento gerencial.** In: GRZYBOVSKI, Denise; TEDESCO, João Carlos (org.). Empresa Familiar: tendências e racionalidades em conflito. 3ª Ed. Passo Fundo: UPF, 2000.

PENROSE, E. **A teoria do crescimento da firma.** Campinas: Unicamp, 2003.

PEREIRA, H. J. **Criando o seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor.** Coordenação de Heitor José Pereira e Sílvia Aparecido dos Santos. Brasília: SEBRAE, 1995.

PEREZ, C.; SOETE, L. **Catching up in technology**: entry barriers and windows of opportunity. In: Technical change and economic theory. Giovanni Dosi et alli (editores), London: Pinter Publishers, 1988.

_____. **Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil**. Revista de La CEPAL, 2001.

_____. **Catching up in technology**: entry barriers and windows of opportunity. In: Technical change and economic theory. Giovanni Dosi et alli (editores), London: Pinter Publishers, 1988.

PERROUX – **A economia do século XX** – cap. II e III, Livraria Moraes Editora, Lisboa, 1967

RUAS, R. L. **Uma visão da noção de competências gerenciais**. A valorização da performance. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: 2001.

SACHS, J. D.; LARRAIN, F. **Macroeconomia**. Tradução de Sara R. Gedanke; revisão técnica de Roberto Luís Troster.. Edição revisada. São Paulo: Makron Books, 1998.

SANVICENTE, A. Z; SANTOS, C. C.. **Orçamento na administração de empresas**: planejamento e controle. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1983.

SCHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

_____. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Abril Cultural (Coleção Os Economistas), 1982.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Fatores Condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. Relatório de Pesquisa. Brasília, 2007.

_____. **Estatuto Social do serviço de apoio as micro e pequenas empresas de Mato Grosso do Sul** – SEBRAE/MS. Campo Grande, Junho de 2005.

_____. **10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas** / SEBRAE-SP. São Paulo: SEBRAE-SP, 2008

SOUZA, C. **Talentos e Competitividade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

SUZIGAN, W. ; FURTADO, J.; GARCIA, R. C. **Sistemas Locais de Produção: indicadores, estudos de casos e políticas**. In: Lia Hasenclever e Yves-A. Fauré. (Org.). *Caleidoscópio do Desenvolvimento Local no Brasil: diversidade das abordagens e das experiências*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

SUZIGAN, W.: **Industrialização Brasileira**. Origem e Desenvolvimento. São Paulo, Brasiliense, 2000.

TAVARES, M. C.: **Da substituição de importações ao capitalismo financeiro**. Rio de Janeiro, Zahar, 1972.

TOLOSA, H. C. **Pólos de Crescimento: Teoria e Política Econômica”, em Planejamento Regional: Métodos e Aplicação ao Caso Brasileiro**, editado por Paulo Haddad (Rio de Janeiro, IPEA, 1972.

WALTER, Milton Augusto. **Introdução à contabilidade**: uma metodologia moderna para ensino da contabilidade. vol. 1. Texto. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 1987.

ANEXO A - Estrutura das entrevistas junto aos empresários

- 1) Quando iniciou o seu negócio?
- 2) Você procurou algum tipo de ajuda para iniciar as atividades da empresa, relacionado a um suporte em termos de organização e de idéias, em empresas semelhantes, consultores, amigos, Instituições como o SEBRAE, por exemplo?
Sim
Não
- 3) Se sim, especifique?
- 4) Continua (continuou) utilizando está ajuda?
- 5) Possui (havia) algum tipo de acompanhamento de sua evolução?
- 6) Necessitou efetuar financiamento ou empréstimo?
- 7) Encontrou dificuldade em obter suporte financeiro para iniciar suas atividades (referente a financiamento e empréstimos)?
Sim
Não
- 8) Quais foram os obstáculos em obter suporte financeiro?
- 9) Utilizou recursos pessoais para iniciar suas atividades? Em qual proporção?
- 10) Ao abrir a empresa, utilizou-se de informações a respeito do mercado? Da potencialidade e características do mercado? Concorrentes, perfil dos clientes (como poder aquisitivo, características)? Do produto ou serviço que pretende vender/prestar?
- 11) Possui (possuía) uma leitura real do mercado? Palpável ou quantificável? Onde conseguir (tinha acesso) estas informações?
- 12) O que considera (considerava) o seu principal mercado para o seu produto?
A comunidade local
A cidade como um todo
Cidades próximas
O estado
O país
Outros, especificar:
- 13) A política de preços praticada pelos seus competidores é (foi) crucial para estabelecer o preço de seus produtos ou serviços?
Sim
Não
- 14) Possui (possuía) o costume de manter baixo o preço de seus produtos ou serviços para brigar com seus competidores? Ou costuma (mantinha) manter uma relação de cordialidade?

- 15) Investe (houve investimento) em publicidade?
- 16) O investimento em publicidade e propaganda possibilita retorno nas vendas?
- 17) Existe (havia) algum tipo de cooperação? As empresas em seu segmento de negócio podem se cooperarem mais entre si?
- 18) Possui (possuía) anotações detalhadas da ocorrência de suas atividades operacionais, em termos de custos, despesas, recebimentos?
- 19) Caso a empresa analisada não tenha o controle financeiro de suas atividades operacionais, ela possui consciência da necessidade deste tipo de procedimento (controle)? Caso tenham, por que não utiliza?
- 20) Possui (possuía) reservas financeiras?
- 21) Possui (possuía) dificuldade em manter um fluxo de caixa adequado?
- 22) O que dificulta (dificultava) em manter um fluxo de caixa positivo/saudável? Dívidas, fornecedores...
- 23) Quais os artifícios que utiliza (utilizou) para poder manter um fluxo de caixa positivo?
- 24) Como toda e qualquer decisão geralmente envolve consumo adicionais de recursos, quando (realizava) pretende realizar alguma alteração em sua empresa costuma (costumava) verificar os custos adicionais envolvidos?
- 25) Realiza (realizou algum) planejamento? De que forma? Estabelece (estabeleceu) metas e objetivos? Estes são (eram) mensuráveis e palpáveis? São (eram) condizentes com a realidade da empresa?
- 26) Sabe (tinha noção) de sua real capacidade de endividamento?
- 27) Existe (havia) algum controle de desperdício ou de despesas?
- 28) Considera (considerava) o tamanho de sua empresa satisfatório?
- 29) O mercado é favorável para a inovação? Quais as dificuldades de se implementar?
- 30) As pessoas empregadas são (eram) qualificadas? Encontra-se no mercado pessoas qualificadas?
- 31) Possui (possuía) informações sobre programas de governo? Tem interesse em saber sobre tais tipos de programa? Beneficia-se (beneficiava-se) de algum? Qual? É (era) satisfatório?
- 32) A economia tem condições de auto orientar-se, ou deve haver um acompanhamento mais de perto do governo? As políticas públicas, ao seu entendimento, são suficientes?

- 33) Em sua opinião, o que poderia ser feito ou o que falta (faltava) para que sua empresa possa (pudesse) ter um desempenho ainda melhor?
- 34) E em tempos atuais, o que realmente contribui com que muitas empresas tenham dificuldades em se manterem no mercado, resultando em pouco tempo de existência? Por que muitas empresas se mantêm na informalidade? Por que estas empresas informais não se formalizam?
- 35) Qual o papel do lucro na empresa?
- 36) Na sua opinião, qual é o maior desafio de uma empresa?

ANEXO B - Questionário destinado aos empresários

Este questionário, composto de 28 questões, foi elaborado com a intenção de propiciar subsídios para a conclusão de Tese de Doutorado em Economia do Desenvolvimento, cumprindo as exigências para o término do curso. Para tanto, solicito a Vossa Senhoria a gentileza de responder este questionário, auxiliando, desta forma, a conclusão da referida tese. Caso o espaço para respostas subjetivas seja pouco, utilize o verso da folha, identificando a questão.

Atenciosamente,

Prof. Miguel Ângelo Batista dos Santos – UEMS.

Data: ____/____/_____

Principal Atividade (oficina, papelaria, sorveteria, etc.): _____

Número de funcionários: _____ Data de Início das atividades: ____/____/_____

Setor: () Indústria () Comércio () Serviço Idade: _____ anos

Formação: Superior completo () Superior Incompleto () 2º Grau () 1º Grau

Posição na Empresa: () único proprietário () sócio () empregado (executivo)

01) Você já procurou o SEBRAE/MS para algum tipo de ajuda ou informação que auxiliasse as atividades da empresa?

() Sim

() Não

Se a resposta foi não, pule para a questão de nº 6.

02) Em que se tratava esta ajuda ou informação? Marque até duas alternativas.

() Orientações para iniciar as atividades da empresa;

() Definição do mercado de atuação;

() Desenvolvimento do produto ou serviço;

() Organização das atividades da empresa;

() Desenvolvimento de novos produtos e novos mercados além dos que já atua;

() Definições de papéis e de responsabilidades dentro da empresa entre os diversos funcionários;

() Adequação e um maior aprofundamento de sua estrutura organizacional para sua expansão;

() Outros. Especifique: _____

03) Obteve o serviço ou resultado esperado?

Sim

Não

Comente:

04) Continua utilizando está ajuda?

Sim

Não

05) Se não, por quê?

06) Tendo utilizado ou não os serviços do SEBRAE/MS, qual a sua percepção sobre os serviços oferecidos pelo SEBRAE/MS?

07) Já necessitou efetuar financiamento ou empréstimo?

Sim

Não

08) Quais são os obstáculos em obter suporte financeiro (financiamento ou empréstimo)?

09) Ao abrir a empresa, utilizou-se de informações a respeito do mercado? Da potencialidade e características do mercado? Concorrentes, perfil dos clientes (como poder aquisitivo, características)? Do produto ou serviço que pretende vender/prestar?

() Sim

() Não. Comente. _____

Caso tenha utilizado, identifique o motivo, a origem (amigos, observação própria do mercado, internet, televisão, etc.) e comente:

10) A política de preços praticada pelos seus competidores é decisivo para estabelecer o preço de seus produtos ou serviços?

() Sim

() Não

11) Possui o costume de manter baixo o preço de seus produtos ou serviços para brigar com seus competidores? Ou costuma manter uma relação de cordialidade?

12) Investe em publicidade?

Sim

Não

13) O investimento em publicidade e propaganda possibilita retorno nas vendas?

Sim

Não

14) Existe algum tipo de cooperação entre as empresas do seu segmento de negócio?

Sim

Não

15) As empresas em seu segmento de negócio podem se cooperarem entre si ou entre empresas de outros segmentos?

Sim

Não

Se necessitar, comente:

16) Possui anotações detalhadas da ocorrência de suas atividades operacionais, em termos de custos, despesas, recebimentos, de forma contínua?

Sim

Não

17) Possui dificuldade em manter um fluxo de caixa adequado?

Sim

Não

18) O que dificulta em manter um fluxo de caixa positivo/saudável? (Dívidas, fornecedores...)

19) Quais os artifícios que utiliza para poder manter um fluxo de caixa positivo?

20) Considera o tamanho de sua empresa satisfatório?

Sim

Não

21) Caso considere o tamanho de sua empresa não satisfatório, qual o motivo?

22) O mercado é favorável para a inovação? Quais as dificuldades de se implementar?

23) As pessoas empregadas são qualificadas?

Sim. Em qual proporção? _____%

Não

24) Encontra-se no mercado pessoas qualificadas?

Sim. Em qual proporção? _____%

Não

25) Que tipo de dificuldade sua empresa possui, hoje. Marque até 3 alternativas.

- () Identificação do respectivo mercado;
- () Recrutar e contratar colaboradores eficientes e com iniciativa;
- () Penetrar, conquistar e ocupar um espaço no mercado;
- () Organização das atividades da empresa;
- () Instalação de uma organização funcional: separação das funções de produção com as de comercialização;
- () Controle de gestão orçamentário (controle financeiro da empresa, fluxo de caixa);
- () Prover a empresa de recursos financeiros, materiais e humanos;
- () Manter um procedimento de produção ou de prestação de serviço satisfatório;
- () Preocupar-se em obter recursos financeiros necessários para financiar o crescimento no desenvolvimento de novos produtos ou serviços e de novos mercados além dos que já atua;
- () Reestruturar a empresa para aumentar o seu tamanho ou participação no mercado;
- () Excesso de burocracia;
- () Outras: Especifique: _____

26) Em sua opinião, o que poderia ser feito ou o que falta para que sua empresa possa ter um desempenho ainda melhor?

27) Qual o maior desafio de uma empresa?

28) Existe algum comentário e/ou observação que você gostaria de fazer? Este espaço é aberto para você incluir alguma informação que julgue importante e que não foi abordada:

GRATO PELA ATENÇÃO

ANEXO C - Questionário destinado ao SEBRAE/MS**ATUAÇÃO DO SEBRAE/MS**

Cargo/função do entrevistado do SEBRAE/MS: _____

- 01) Como se dá a divulgação e aproximação do SEBRAE/MS junto as micro e pequenas empresas no estado?
- 02) Qual o resultado desta divulgação?
- 03) Muitas empresas procuram o SEBRAE/MS. Em qual proporção ou média? Possui algum dado a respeito, do total das empresas existentes?
- 04) Quais as características destas empresas? Procuram o SEBRAE/MS para abertura/regularização da empresa? São empresas novas e já atuantes? São empresas antigas...? Outras.
- 05) Que tipo de informação ou necessidade as empresas mais procuram?
- 06) Há um critério do SEBRAE/MS para a escolha de qual empresa (das que a procuram) será dada assistência? Ou é dada assistência a todas?
- 07) O que estas empresas mais desejam? Coincidem com o que procuram?
- 08) O SEBRAE/MS visualiza alguma dificuldade em atender as necessidades das empresas? Caso visualize, quais dificuldades são estas?
- 09) Existem empresas que chegam a desistir da ajuda e apoio que o SEBRAE/MS oferece? Em qual proporção?
- 10) Quais as características destas empresas que desistem? Pode identificar/enumerar?
- 11) Quais os critérios, ou embasamento, que o SEBRAE/MS utiliza para criar/definir algum programa de apoio e fomento?
- 12) O SEBRAE/MS avalia os seus serviços prestados juntos as empresas interessadas?
- 13) Pode comentar qual o resultado desta avaliação?
- 14) Qual a percepção do SEBRAE/MS sobre as MPEs analisadas?
- 15) O SEBRAE/MS possui algum mecanismo de avaliação da satisfação das empresas que utilizam seus serviços? De que forma?
- 16) Qual o perfil e qualificação dos seus prestadores de serviço (consultores)?
- 17) O quadro de colaboradores é suficiente para atender a quantidade de empresas que procuram o SEBRAE/MS?

- 18) Existe uma padronização nos serviços prestados pelo SEBRAE/MS as empresas? Ou são respeitadas as características e especificidades de cada empresa analisada?
- 19) O SEBRAE/MS possui alguma linha de crédito aos micro ou pequenos empresários? Ou o crédito é obtido por intermédio do SEBRAE/MS ou este crédito cabe somente ao empresário procurar?