

**FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS
CENTRO DE FORMAÇÃO ACADÊMICA E PESQUISA
CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO EMPRESARIAL – MINTER**

**MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
A IMPORTÂNCIA DE APRENDER A
EMPREENDER.**

DISSERTAÇÃO APRESENTADA À ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO
PÚBLICA E DE EMPRESAS PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE

ZENAIDE RADANESA DOS REIS

Rio de Janeiro 2006

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS
CENTRO DE FORMAÇÃO ACADÊMICA E PESQUISA
CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO EMPRESARIAL – MINTER

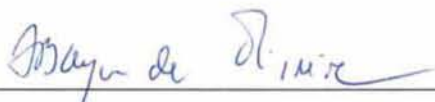
TÍTULO

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: A IMPORTÂNCIA DE APRENDER A EMPREENDER.

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA POR:
ZENAIDE RODANESA DOS REIS

E

APROVADO EM 19/04/2006
PELA COMISSÃO EXAMINADORA



FÁTIMA BAYMA DE OLIVEIRA
DOUTORA EM EDUCAÇÃO



DEBOARH MORAES ZOUAIN
DOUTORA EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO



ISABEL DE SÁ AFFONSO DA COSTA
DOUTORA EM ADMINISTRAÇÃO

Ao eterno Deus fonte de energia, aos meus filhos: Maykon, Isadora e Gabriel, pela compreensão e carinho devido a minha ausência nas horas dedicadas a esta pesquisa, ao meu pai Valmor (in memorian), a minha mãe Noili, a minha irmã Andreina, a meu irmão Jean. Eles proveram minha força espiritual.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu filho Maykon Won Muller, de apenas 12 anos, que abdicou de suas férias para me acompanhar na pesquisa de campo e tabulação dos dados.

A minha orientadora, Prof. Dra. Fátima Bayma de Oliveira, pela paciência, dedicação, respeito e incentivo no desenvolvimento desta dissertação.

Aos professores da FGV e meus colegas de mestrado, especialmente a João Conrado pela paciência, admiração e por não me deixar desistir nos momentos mais difíceis que passei no início do mestrado.

A todos os meus colegas de trabalho da AG.10 Comunicação & Marketing pelo apoio recebido, principalmente Ana Ruth, Flávia e Elirdes que dispuseram de seu tempo para ler.

Meus agradecimentos a Associação Comercial do Maranhão, Sra. Fabiana Muniz Cordeiro e ao Sebrae, Sr. Hélio Maia e Sra. Terezinha Moreira.

Aos meus companheiros e grandes amigos, Décio Vomero, Luiz Carlos, Adriene Carneiro, por todo apoio moral nas horas difíceis e a minha eterna prof^a. Ms. Iarle Ferreira que se dispôs a ler esse trabalho.

A mais bela experiência que podemos ter é a do mistério. É a emoção fundamental existente na origem da verdadeira arte e ciência. Aquele que não a conhece e não pode se maravilhar com ela está praticamente morto e seus olhos estão ofuscados.

Albert Einstein

**MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
A IMPORTÂNCIA DE APREENDER A EMPREENDER**

RESUMO

As micro e pequenas empresas representam 99,2% das empresas no Brasil, empregam 57,2% da força de trabalho por isso são imprescindíveis para a economia e o desenvolvimento do país, apesar desses números representativos a grande preocupação é manter essas empresas ativas devido ao grande índice de mortalidade que representa em média 50%, tendo como um dos principais fatores condicionantes a falha gerencial na condução da empresa. Micro e pequenas empresas: A importância de apreender a empreender é o tema desta dissertação, que tem, por objetivo avaliar o conhecimento que os micro e pequenos empresários têm sobre a importância do desenvolvimento pessoal no gerenciamento de seus negócios. Por tratar-se de micro e pequenas empresas elegemos o Sebrae, instituição de apoio às micro e pequenas empresas de São Luís do Maranhão para investigar através de pesquisa de campo qual o conhecimento que os micro e pequenos empresários tem sobre esta instituição seus produtos e serviços. O referencial teórico demonstrou que treinamento, capacitação, planejamento e aprendizado contínuo são ferramentas eficazes na administração organizacional de uma empresa. Na pesquisa de campo identificou-se que 76% dos empresários não buscaram nenhuma ajuda especializada antes de abrir seus negócios, apenas 45% dos empresários conhecem a marca do Sebrae e 54% não conhecem os produtos e serviços que o Sebrae São Luís oferece.

Palavras-chave: treinamento, capacitação, empreendedorismo, micro e pequenas empresas, Sebrae.

SMALL AND MIDDLE SIZED BUSINESSES
THE IMPORTANCE OF LEARNING TO BECOME AN ENTREPRENEUR

ABSTRACT

Small and middle-sized businesses represent 99,2% of the companies in Brazil. They employ 57,2% of the workforce and are indispensable for the country's economy and development, notwithstanding these representative numbers, the great concern is to keep these companies active owing to the high mortality rate, which means 50% on average as one of the chief conditioning factors for managerial failures in the conduct of the company. Small and middle-sized businesses. The importance to become an entrepreneur" is the theme of this present dissertation whose objectives are to assess the understanding that small and middle-sized businessmen have about the importance of personal development in their business management. Because it is a question of small and middle-sized businesses, SEBRAE, an institution in support for small and middle-sized businesses in São Luis do Maranhão, has been elected to investigate through field research what knowledge the small and middle sized businesses have about SEBRAE and its products and services. The referential theory has shown that training, professional capacitation, planning and constant learning are effective tools in a company's organizational management and it has been identified by the field research that 77% of businessmen did not seek for any specialized help before going into business, that only 45% of businessmen know about SEBRAE and 54% are not familiar with the products and services that SEBRAE – São Luis offer.

Key words: training, professional capacitation entrepreneurship, small and middle-sized businesses, SEBRAE.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	- A natureza do crescimento e do envelhecimento.....	37
Figura 2	- Os Ciclos de Vida das Organizações.....	47
Figura 3	- Bairros com a maior quantidade de empresas – São Luís/MA.....	101
Figura 4	- Tempo de atividade das empresas pesquisadas em São Luís/MA.....	102
Figura 5	- Setor de atividade principal das empresas em São Luís/MA.....	103
Figura 6	- Quantos sócios possuem as empresas de São Luís/MA.....	105
Figura 7	- Empresas de São Luís/MA optantes do sistema SIMPLES.....	106
Figura 8	- Quantas pessoas ocupadas nas empresas de São Luís/MA.....	107
Figura 9	- Faturamento médio mensal anual das empresas de São Luís/MA.....	108
Figura 10	- Sexo dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	109
Figura 11	- Estado Civil dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	110
Figura 12	- Faixa etária dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	111
Figura 13	- Escolaridade dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	112
Figura 14	- Qual a principal atividade exercida pelo empresário de São Luís/MA antes de constituir a empresa.....	113
Figura 15	- Qual a experiência ou conhecimento no ramo de atividade do empresariado de São Luís/MA.....	114
Figura 16	- Porque o empresário de São Luís/MA resolveu constituir sua empresa..	115
Figura 17	- O empresário de São Luís/MA obteve alguma ajuda especializada para iniciar seu negócio.....	116
Figura 18	- O que o futuro empresário de São Luís/MA verificou antes abrir sua empresa.....	117
Figura 19	- O empresário de São Luís/MA conhece a Marca SEBRAE.....	118
Figura 20	- O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor conhece os produtos e serviços que o SEBRAE oferece.....	119
Figura 21	- O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor que teve oportunidade de procurar o SEBRAE, quais foram as áreas de interesse.....	120
Figura 22	- Para o empresariado de São Luís/MA quais são as maiores dificuldades na condução da sua empresa.....	122
Figura 23	- O que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante para o sucesso de uma empresa.....	123

Figura 24	- Quais as áreas de conhecimento que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante no 1º ano de atividade.....	124
Figura 25	- O empresário de São Luís/MA contrata ou contratou agência de propaganda e marketing?.....	125
Figura 26	- Meios de comunicação que as empresas de São Luís/MA utilizaram para comunicar seus produtos ou serviços.....	126
Figura 27	- Os meios de comunicação que os empresários de São Luís/MA mais absorvem informações.....	127
Figura 28	- Para o empresário de São Luís/MA o que é fundamental para o crescimento de uma empresa.....	128
Figura 29	- Como o empresário de São Luís/MA classifica a qualidade de atendimento de sua empresa.....	129
Figura 30	- Como o empresário de São Luís/MA considera seus clientes.....	130
Figura 31	- Os empresários de São Luís/MA investem em tecnologia da informação nas suas empresas.....	131
Figura 32	- Na opinião dos empresários de São Luís/MA quais as ações estratégicas mais importantes para as micro e pequenas empresas.....	133
Figura 33	- Estratégias adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.....	134
Figura 34	- Estratégias a serem adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.....	135
Figura 35	- Os empresários de São Luís/MA consideram a TI um recurso estratégico para o desenvolvimento de sua empresa.....	136

LISTA DE TABELAS

Tabela	1	- Taxa de Mortalidade por Região e Brasil (2000-2002).....	29
Tabela	2	- Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo as habilidades gerenciais.....	30
Tabela	3	- Fatores condicionantes de sucesso, segundo a Capacidade Empreendedora.....	30
Tabela	4	- Fatores condicionantes de sucesso, segundo a Logística Operacional.....	31
Tabela	5	- Causas das dificuldades e razões para o fechamento das empresas.....	32
Tabela	6	- Distribuição das empresas extintas, por setor de atividade, segundo o número de pessoas ocupadas (Brasil).....	34
Tabela	7	- Causas de insucesso nas micro e pequenas empresas.....	55
Tabela	8	- Evolução das micro e pequenas empresas.....	56
Tabela	9	- Taxa de mortalidade de empresas maranhenses, comparativamente às regiões e no Brasil.....	79
Tabela	10	- Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo as habilidades gerenciais.....	81
Tabela	11	- Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo as habilidades gerenciais.....	81
Tabela	12	- Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo logística operacional.....	81
Tabela	13	- Tipo de assessoria/auxílio no gerenciamento da empresa.....	82
Tabela	14	- Tipo de assessoria/auxílio no gerenciamento da empresa.....	83
Tabela	15	- Experiência anterior/conhecimento no ramo de negócio - Sebrae/MA....	83
Tabela	16	- Motivo pelo qual resolveu constituir ou participar da sociedade da empresa Sebrae/MA.....	84
Tabela	17	- Razões para o fechamento das empresas e principais dificuldades encontradas na condução das atividades da empresa, a partir de <u>pergunta estimulada</u> – Sebrae/MA.....	85
Tabela	18	- Principais razões do fechamento da empresa, segundo as <u>opiniões espontâneas</u> dos proprietários das empresas extintas.....	86
Tabela	19	- Principais dificuldades na condução das atividades da empresa, segundo as <u>opiniões espontâneas</u> dos proprietários das empresas ativas Sebrae/MA.....	87
Tabela	20	- Fatores que contribuem para o sucesso da empresa maranhense.....	88
Tabela	21	- Áreas de conhecimento mais importantes no primeiro ano de atividade da empresa – Sebrae/MA.....	89
Tabela	22	- Tipo de assessoria/auxílio útil à sobrevivência da empresa, segundo a opinião espontânea dos ex-proprietários.....	89
Tabela	23	- Assessoria auxílio útil para enfrentar as dificuldades da empresa ativa, segundo a opinião espontânea dos proprietários.....	90
Tabela	24	- Medidas de políticas públicas para apoio às MPes.....	91

Tabela 25	Natalidade e estimativa de mortalidade de empresas no Estado do Maranhão, comparativamente às Regiões e ao Brasil, em números absolutos, no período 2000 - 2002.....	92
Tabela 26	Redução do número de postos de trabalho no Maranhão, comparativamente às Regiões e ao Brasil, em números absolutos, para o período 2000 - 2002.....	92
Tabela 27	Recursos investidos pelas empresas extintas no Estado do Maranhão, comparativamente às Regiões e ao Brasil, em valores médios, período de 2000 – 2002.....	93
Tabela 28	Distribuição das empresas maranhenses, por setor de atividade, segundo o porte.....	94
Tabela 29	- Escolaridade dos empreendedores maranhenses.....	94
Tabela 30	- Faixa etária dos empreendedores maranhenses.....	94
Tabela 31	Principal atividade do empreendedor antes de constituir a empresa e atividade remunerada no primeiro ano de funcionamento do negócio.....	95
Tabela 32	- Principal cliente das empresas maranhense – extinta e ativa.....	95
Tabela 33	- Situação da empresa maranhense em relação ao sistema SIMPLES.....	95
Tabela 34	- Faixa de faturamento bruto anual da empresa maranhense.....	96
Tabela 35	- Bairros com a maior quantidade de empresas – São Luís/MA.....	101
Tabela 36	- Tempo de atividade das empresas pesquisadas em São Luís/MA.....	102
Tabela 37	- Setor de atividade principal das empresas em São Luís/MA.....	103
Tabela 38	- Ramo de atividade das empresas pesquisadas em São Luís/MA.....	104
Tabela 39	- Quantos sócios possuem as empresas de São Luís/MA.....	105
Tabela 40	- Empresas de São Luís/MA optantes do sistema SIMPLES.....	106
Tabela 41	- Quantas pessoas ocupadas nas empresas de São Luís/MA.....	107
Tabela 42	- Faturamento médio mensal anual das empresas de São Luís/MA.....	108
Tabela 43	- Sexo dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	109
Tabela 44	- Estado Civil dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	110
Tabela 45	- Faixa etária dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	111
Tabela 46	- Escolaridade dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.....	112
Tabela 47	- Qual a principal atividade exercida pelo empresário de São Luís/MA antes de constituir a empresa.....	113
Tabela 48	- Qual a experiência ou conhecimento no ramo de atividade do empresariado de São Luís/MA.....	114

Tabela	49	-	Porque o empresário de São Luís/MA resolveu constituir sua empresa..	115
Tabela	50	-	O empresário de São Luís/MA obteve alguma ajuda especializada para iniciar seu negócio.	116
Tabela	51	-	O que o futuro empresário de São Luís/MA verificou antes abrir sua empresa.....	117
Tabela	52	-	O empresário de São Luís/MA conhece a Marca SEBRAE.....	118
Tabela	53	-	O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor conhece os produtos e serviços que o SEBRAE oferece.....	119
Tabela	54	-	O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor que teve oportunidade de procurar o SEBRAE, quais foram as áreas de interesse.	120
Tabela	55	-	Qual a principal dúvida que o empresário de São Luís/MA ou o futuro empreendedor tem a respeito do SEBRAE.....	121
Tabela	56	-	Para o empresariado de São Luís/MA quais são as maiores dificuldades na condução da sua empresa.....	122
Tabela	57	-	O que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante para o sucesso de uma empresa.....	123
Tabela	58	-	Quais as áreas de conhecimento que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante no 1º ano de atividade.....	124
Tabela	59	-	O empresário de São Luís/MA contrata ou contratou agência de propaganda e marketing?.....	125
Tabela	60	-	Meios de comunicação que as empresas de São Luís/MA utilizaram para comunicar seus produtos ou serviços.....	126
Tabela	61	-	Os meios de comunicação que os empresários de São Luís/MA mais absorvem informações.....	127
Tabela	62	-	Para o empresário de São Luís/MA o que é fundamental para o crescimento de uma empresa.....	128
Tabela	63	-	Como o empresário de São Luís/Ma classifica a qualidade de atendimento de sua empresa.....	129
Tabela	64	-	Como o empresário de São Luís/MA considera seus clientes.....	130
Tabela	65	-	Os empresários de São Luís/MA investem em tecnologia da informação nas suas empresas.....	131
Tabela	66	-	Na opinião dos empresários de São Luís/MA quais as ações estratégicas mais importantes para as micro e pequenas empresas.....	133
Tabela	67	-	Estratégias adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.....	134
Tabela	68	-	Estratégias a serem adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.....	135
Tabela	69	-	Os empresários de São Luís/MA consideram a TI um recurso estratégico para o desenvolvimento de sua empresa.....	136

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	15
1.1.	O problema.....	17
1.2.	Objetivos.....	17
1.2.1	Objetivo Final.....	17
1.2.2	Objetivos Intermediários.....	17
1.3.	Delimitação do Estudo.....	18
1.4.	Relevância do Estudo.....	18
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1.	Empresa.....	20
2.2.	O desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas.....	21
2.3.	A Constituição Federal e o Estatuto.....	22
2.4.	Crterios de definição para Micro e Pequena Empresa no Brasil.....	24
2.5.	Dimensão das Micro e Pequenas Empresas.....	25
2.6.	Características positivas e negativas das Micro e Pequenas Empresas.....	27
2.6.1	Sucessos e insucessos das Micro e Pequenas Empresas.....	28
2.6.2	Fatores de Sucesso.....	30
2.6.3	Fatores de Insucesso.....	31
2.7	Estágio de desenvolvimento das organizações.....	36
2.7.1	Namoro.....	37
2.7.2	Infância.....	38
2.7.3	Toca-Toca.....	39
2.7.4	Adolescência.....	41
2.7.5	Plenitude.....	42
2.7.6	A Organização Estável.....	43
2.7.7	Aristocracia.....	44
2.7.8	Burocracia Incipiente.....	45
2.7.9	Burocracia e Morte.....	45
2.8	Treinamento e Aprendizagem.....	48
2.9	Empreendedorismo.....	50
2.10	Empreendedorismo no Brasil.....	52
2.11	A importância do planejamento e do plano de negócio.....	53
2.12	Exportações das Mpes Industriais (1998 – 2003).....	58
2.13	O Sebrae Nacional.....	61
2.13.1	História do Sebrae Nacional.....	62
2.13.2	Evolução do Sebrae.....	63

2.13.3	Objetivos Estratégicos do Sebrae.....	65
2.13.4	As Macro Diretrizes do Sebrae.....	66
2.14	O Sebrae Maranhão.....	67
2.14.1	História do Sebrae Maranhão.....	67
2.14.2	Serviços Oferecidos pelo Sebrae/MA.....	69
2.14.3	Plano Plurianual do Sebrae/MA.....	77
2.15	Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Maranhão.....	78
2.15.1	Taxa de Mortalidade de Empresas	79
2.15.2	Principais causas dos encerramentos das atividades empresariais.....	79
2.15.3	Fatores para o sucesso das empresas.....	81
2.15.4	Medidas de políticas públicas para apoio às Mpes.....	91
2.15.5	Impactos socioeconômicos da mortalidade de empresas.....	91
2.15.5	Atuação do Sebrae Maranhão para diminuir a mortalidade das empresas.....	96
3.	METODOLOGIA.....	97
3.1	Tipo de Pesquisa.....	97
3.2	Universo e Amostra.....	98
3.3	Coleta de Dados.....	98
3.3.1	O teste da Primeira Versão do Questionário.....	98
3.3.2	Aplicação do Questionário.....	98
3.4	Tratamento dos Dados.....	99
4.	RESULTADOS DA PESQUISA	100
4.1	Identificação da empresa.....	101
4.2	Perfil do sócio administrador.....	109
4.3	Planejamento.....	113
5.	CONCLUSÕES.....	137
5.1	Sugestões para trabalhos futuros.....	138
	REFERÊNCIAS.....	139
	APÊNDICE.....	143
	ANEXOS.....	150

1. INTRODUÇÃO

"Se queres colher em curto prazo, plante cereais, se queres colher em longo prazo, plante árvores frutíferas, mas se queres colher para sempre, treine e eduque o homem".

Provérbio chinês

A presença das Micro e Pequenas Empresas representam hoje 99,2% do total das empresas formais no Brasil e desempenham importante papel na criação de novos empregos que chegam a 57,2% da força de trabalho, que são sem dúvidas imprescindíveis para a economia do país.

No Brasil, com a valorização das micro e pequenas empresas surgiram nos últimos anos, milhares de novas empresas. Entretanto, em consequência de vários fatores nem todas sobrevivem. Algumas fracassam pela falta de conhecimento básico de gestão empresarial que consiste no gerenciamento dos riscos e oportunidades, não buscando nenhum auxílio destinado ao aprendizado pessoal e organizacional.

Só é possível administrar o que se pode medir, e para medir é necessário conhecer, assim é de vital importância para um empresário dominar os processos de gestão, acompanhar o desempenho da empresa no seu ambiente interno e externo, adotando ferramentas e procedimentos de controle permitindo o gerenciamento estratégico de suas ações e possibilitando uma visão clara do desempenho de seus processos, produtos e serviços junto aos clientes internos e externos, ou seja, apreender a empreender.

Existem muitas formas dos empreendedores obterem consultorias nos mais variados órgãos e entidades de apoio, tais como: SENAI, SENAC, entre outros. Como está sendo abordando os micro e pequenos empresários, o órgão mais indicado é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, que tem o propósito de trabalhar de forma estratégica para que o universo dos pequenos negócios no Brasil obtenha as melhores condições possíveis para uma evolução sustentável.

Segundo dados do IPESPE¹ (2003, p.14);

A marca SEBRAE é conhecida por 96% da população nacional e 74% avaliam seus serviços como ótimo ou bom, indicando que a imagem institucional do SEBRAE está amplamente consolidada e que o trabalho de comunicação desenvolvido nos últimos anos certamente contribuiu para que as micro e pequenas empresas sejam, hoje, apontadas por 71% da população tendo como “grande” ou “muito grande” importância para o desenvolvimento do Brasil. O número acima é relativo ao conhecimento da marca SEBRAE. Contudo, trata-se de um conhecimento superficial, resumido à percepção do núcleo da missão da instituição: “apoio às micro e pequenas empresas”. [...] Na mesma pesquisa identificou-se que poucos sabem o que o Sebrae realmente faz e como ele pode ajudar os micro e pequenos empresários, e os futuros empreendedores a se desenvolverem.

Conforme a citação acima a maioria dos empresários desconhece os produtos e serviços que o Sebrae oferece. Esse pressuposto foi um dos motivos gerador desse trabalho.

A pesquisa, portanto, terá como foco o Sebrae São Luís/MA e será desenvolvida da seguinte forma:

- O primeiro capítulo trata do problema, dos objetivos, da delimitação do estudo e da sua relevância;
- O segundo capítulo apresenta o referencial teórico, conceitos e definições básicas acerca das micro e pequenas empresas, sua importância econômica, administrativa, desenvolvimento e capacitação dos empreendedores e a importância do planejamento e o plano de negócios. Em seguida o Sebrae enquanto instituição de apoio às micro e pequenas empresas e, por fim, os fatores condicionantes e as taxas de mortalidade das empresas no Maranhão;
- O terceiro capítulo identifica a metodologia utilizada nessa pesquisa;
- O quarto capítulo exhibe a pesquisa de campo realizada em São Luís/MA sobre o conhecimento que os empresários locais tem sobre a instituição Sebrae, seus produtos e serviços;
- O quinto capítulo compreende as considerações finais e sugestões para novos trabalhos.

¹ Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas (IPESPE)

1.1. O problema

Qual o conhecimento que os micro e pequenos empresários de São Luís/MA têm sobre o Sebrae/MA seus produtos e serviços?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo final

Identificar o conhecimento que os micro e pequenos empresários de São Luís/MA têm sobre o Sebrae, seus produtos e serviços.

1.2.2. Objetivos Intermediários

- Buscar informações sobre o Sebrae/MA, seus programas, produtos e serviços que prestam à sociedade;
- Levantar as principais dúvidas dos micro e pequenos empresários de São Luís/MA, sobre o Sebrae, seus produtos e serviços;
- Analisar os motivos que os micro e pequenos empresários de São Luís tiveram para iniciar seus negócios;
- Conhecer os meios de comunicação de massa pelos quais os micro e pequenos empresários de São Luís/MA, mais recebem informações;
- Identificar as maiores dificuldades das empresas em São Luís/MA para condução de seus negócios;
- Conhecer as entidades de apoio que os micro e pequenos empresários de São Luís/MA procuraram antes de abrir o seu negócio;
- Investigar se os empresários de São Luís utilizam a TI (Tecnologia de Informação) nas suas empresas e sua importância;
- Verificar as estratégias utilizadas pelos micro e pequenos empresários de São Luís/MA.

1.3 Delimitação do estudo

O estudo limita-se a investigar através de pesquisa de campo o conhecimento que os empresários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA têm sobre o Sebrae, seus produtos e serviços, envolvendo empresas de vários ramos de atividades nos principais bairros onde se concentram a maioria das micro e pequenas empresas.

O estudo ficará restrito a descobrir somente qual o entendimento dos micro e pequenos empresários sobre a instituição Sebrae, seus produtos e serviços.

1.4 Relevância do estudo

Quando um ser humano está voltado para a obrigação de sobreviver e decide iniciar um negócio, sua criatividade, força mental e física crescem bastante em relação às dificuldades apresentadas, enfrentando adversas condições de mercado, deixando de lado os controles e acompanhamentos administrativos e financeiros do empreendimento, direcionando sua atenção para a comercialização e obtenção rápida de dinheiro, muitas vezes sem se preocupar com capacitação e avaliação de mercado.

No Brasil, o crescimento e a permanência no mercado de muitos empreendimentos estão baseados em um início penoso das atividades empresariais, pois com escasso ou mesmo nenhum recurso financeiro, os negócios são regidos pela determinação do empreendedor em vencer e conquistar seu espaço no universo empresarial, nascendo assim milhares de micro e pequenas empresas.

Micro e pequenas empresas movem a economia e o emprego informal no país, tornando-se responsáveis pela absorção da maior parte de profissionais, representando um importante mecanismo de mobilidade social e de melhor distribuição de renda, no entanto, não existem pré-requisitos para abertura de uma empresa, este fato proporciona um grande número de empresas que nascem destinadas ao fracasso antes de completar seu terceiro ano de vida, e de empresas que estão no mercado sem apresentar índices de crescimento.

A pequena empresa para sobreviver no mercado tem que ser competitiva, capaz de enfrentar a concorrência em um mundo sem fronteiras comerciais. É necessário preparar melhor o empreendedor brasileiro. Esta condição impõe mudanças no comportamento da sociedade e constitui-se numa fonte geradora de vantagens competitivas, mantendo os vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre empreendedores, onde todos os elos estão entrelaçados: sociedade, governo, organizações empresariais, instituições de crédito, pesquisa e ensino.

Segundo o IBGE², em 2002 “o número de micro e pequenas empresas no setor formal urbano (excluindo governo) chegou a 4,88 milhões, representando 99,2% do total de 4.879.616 milhões de empresas. As MPes³ empregam 57,2% da força de trabalho”.

A ECINF⁴ 2003 “detectou a existência de 10.335.962 empreendimentos informais, representando os empregadores 12% desse total, sendo os demais trabalhadores por conta própria 88%. O número total de pessoas ocupadas em todos os empreendimentos alcançou 13.860.868. O crescimento no número de empreendimentos informais entre os dois anos foi de 9,1% e o de pessoas ocupadas 7,7%”.

Portanto, é imprescindível que o empresário ou o futuro empreendedor busque capacitação, treinamento e conhecimento sobre como gerenciar seu negócio, existem muitas formas do empreendedor buscar essa capacitação através de inúmeros órgãos, empresas de consultoria, entre outros.

Nesse trabalho escolheu-se o Sebrae/MA por ser a instituição de apoio às micro e pequenas empresas, tornando-se relevante, desenvolver uma pesquisa para analisar qual o conhecimento dos micro e pequenos empresários de São Luís/MA sobre a instituição Sebrae, seus produtos e serviços.

² Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

³ Micro e Pequenas Empresas (MPes)

⁴ Pesquisa da Economia Informal Urbana (ECINF)

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo apresentam-se as definições e conceitos básicos a cerca das micro e pequenas empresas, sua importância econômica, administrativa, sucessos e insucessos, estágios de desenvolvimento das organizações, treinamento e aprendizagem, empreendedorismo, a importância do planejamento e de um plano de negócio, o Sebrae como instituição e a última pesquisa desenvolvida sobre os fatores condicionantes e taxas de mortalidade das empresas no Maranhão realizada pelo Sebrae em 2005.

Antes de apresentar alguns conceitos de pequenas empresas é oportuno conhecer também o que é uma empresa.

2.1 Empresa

Empresa é um lugar onde se cria riqueza e que permite por em operação recursos intelectuais, humanos, materiais e financeiros para extrair, produzir, transformar ou distribuir bens e serviços de acordo com objetivos fixados por uma administração. De maneira geral estes objetivos se relacionam, em maior ou menor grau com a ambição de ganho e com o benefício social. (DEMAC, 1990, p.5)

Para Lakatos (1997, p.199), “empresa significa uma unidade produtora (de bens e serviços), fundamentada na livre iniciativa individual, assim como na obtenção e livre disposição de renda”.

Uma empresa é uma organização e como tal é caracterizada como sendo instrumento vital para a sociedade, formada por indivíduos cujo comportamento e ação conjunta são voltados para determinadas metas ou objetivos. Quando se refere especificamente à empresa é mais fácil encontrar consenso entre conceitos, porém quando o assunto é pequena empresa, torna-se difícil encontrar padrão de tamanho para defini-la. (GIBSON, 1988).

Segundo Lakatos (1997, p.203) “a questão que se põe é, se uma empresa é pequena porque ‘criança’, podendo desenvolver-se, crescer, passando a outra categoria [...] ou é pequena, mas adulta tendo superado a fase crítica de evolução, é empresa de sucesso”.

A condição da pequena empresa no contexto econômico, a qual sugere que a empresa pode ser pequena por ser pobre, sem acesso ao crédito, ineficiente, estagnada e com grandes possibilidades de desaparecer.

Esta hipótese muitas vezes tem sido confirmada pelo alto índice de mortalidade entre as pequenas empresas que em geral são caracterizadas como pequenos negócios, por terem poucos funcionários, baixo faturamento e atendem a um mercado geograficamente local ou regional.

2.2 O desenvolvimento das micro e pequenas empresas

Diante da necessidade dos mercados em absorver a mão-de-obra envolvida pela II Guerra Mundial, fator este que marca o desenvolvimento das empresas de micro e de pequeno porte, o auto-emprego e os pequenos negócios eram áreas naturais para o estímulo governamental, uma vez que as grandes empresas agigantavam e formavam os monopólios e posteriormente os oligopólios. Assim, a reconstrução dos países mais afetados pela guerra, como o Japão, a Alemanha e a Itália, também exerceu papel importante para esse desenvolvimento.

Como as pequenas estruturas costumam ser ágeis e respondem às flutuações do mercado e às mudanças de hábito do consumidor com menos dificuldade podem fazer com que seus colaboradores atinjam níveis mais altos de motivação e envolvimento.

A pequenez permite que os colaboradores se identifiquem com a empresa, vejam o resultado de seu trabalho, visualizem a organização como um todo, entendam como seu trabalho está ligado aos resultados econômicos e se sintam responsáveis pelo sucesso ou pelo fracasso empresarial.(TACHIZAWA, 2002, P.12).

Percebe-se um aumento significativo do número de empregados nas micro e pequenas empresas em relação à força de trabalho. Esse aumento é resultante da transformação pela qual passou a grande empresa a partir da década de 80. A mudança da demanda, o afinamento do gosto dos consumidores, tanto para os produtos, quanto para os serviços e a estrutura de custos das grandes empresas tornou-se demasiadamente rígida. Mesmo com este cenário, houve um elevado crescimento das micro e pequenas empresas, devido ao custo mais baixo da mão-de-obra e as iniciativas governamentais no campo tributário, já do lado da oferta, as

mudanças tecnológicas, especialmente na microeletrônica, eliminaram as desvantagens das empresas de micro e de pequeno porte em termos de custo de produção. (SEBRAE, 2004)

No Brasil, no início dos anos 1980, sob o efeito do movimento causado pelo Programa Nacional de Desburocratização de 1979, o Cebrac⁵ e suas organizações estaduais os CEAGs⁶ tiveram um importante papel político em sobrepujar resistências burocráticas e criar um clima favorável para a aprovação do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

2.3 A Constituição Federal e o Estatuto.

A primeira medida legal no Brasil estabelecendo tratamento especial às empresas de pequeno porte foi definida em 1984, pela Lei nº. 7.256, do Estatuto da Microempresa, contemplando apoio aos segmentos da área administrativa, tributária, previdenciária e trabalhista. Um segundo Estatuto foi aprovado em 1994, com a Lei 8.864, prevendo tratamento favorecido nos campos trabalhista, previdenciário, fiscal, creditício e de desenvolvimento empresarial. Tal como o Estatuto anterior, a aprovação dessa lei não resultou em desdobramentos em termos de regulamentação de todos os benefícios definidos na Lei.

Somente em 1996 ocorreu a implementação de uma medida importante, no campo tributário, através da ação decisiva do Sebrae e das instituições de classe representativas das empresas de pequeno porte junto ao Congresso Nacional. Foi obtida a aprovação da Lei 9.317, que aprimorou e ampliou o sistema de pagamentos de impostos já em vigor para as microempresas. (SEBRAE, 1995)

O novo regime, o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições - Simples, incluiu as pequenas empresas como beneficiárias da tributação simplificada e ampliou a relação dos impostos e contribuições incluídos no benefício da arrecadação única. (SEBRAE, 1995)

Também a maioria dos Estados e alguns municípios adotaram regimes simplificados de tributação para as MPE, com o objetivo principal de diminuir a carga tributária e incentivar

⁵ Centro Brasileiro de Apoio à Pequena Empresa (CEBRAE)

⁶ Centros de Apoio a Pequena Empresa (CEAGs)

a formalização das empresas. A Lei nº. 9.841, de 5 de outubro de 1999, institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispondo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial, em conformidade com o que dispõe esta Lei e a Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e alterações posteriores. (SEBRAE, 1995)

Com fundamento nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal, regulamentada pelo Decreto nº. 3.474/00. A Lei estabeleceu diretrizes para a concessão de tratamento diferenciado aos pequenos negócios no campo administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial. (SEBRAE, 1995)

Como medida inicial, o Estatuto simplificou o registro de novas MPEs, retirando determinadas exigências (subscrição por advogado do ato constitutivo e a apresentação de algumas certidões negativas).

Diversas outras ações de apoio estão previstas no Estatuto e no Decreto 3.474, necessitando de implementação, como as seguintes: aplicação nas micro e pequenas empresas de vinte por cento dos recursos federais em pesquisa e capacitação tecnológica (art. 20); constituição de sociedades de garantia solidária (art. 25); implantação de incentivos fiscais e financeiros para o desenvolvimento empresarial (art. 19), entre outras medidas. (SEBRAE, 1995)

As microempresas e empresas de pequeno porte possuem tratamento jurídico diferenciado: O Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples), aplicável às pessoas jurídicas consideradas como microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), nos termos definidos na Lei nº 9.317, de 1996, e alterações posteriores, estabelecido em cumprimento ao que determina o disposto no art. 179 da Constituição Federal de 1988.

Este sistema constitui-se em uma forma simplificada e unificada de recolhimento de tributos, por meio da aplicação de percentuais favorecidos e progressivos, incidentes sobre uma única base de cálculo, a receita bruta.

2.4 Critérios de definição para micro e pequena empresa no Brasil

A adoção de critérios para a definição de tamanho de empresa constitui importante fator de apoio às micro e pequenas empresas, permitindo que as firmas classificadas dentro dos limites estabelecidos possam usufruir os benefícios e incentivos previstos que dispõem tratamento diferenciado ao segmento, buscando alcançar objetivos prioritários de política, como o aumento das exportações, a geração de emprego e renda, a diminuição da informalidade dos pequenos negócios, visando o desenvolvimento econômico e social. (LEONE, 1991)

O critério escolhido e suas medidas dependem efetivamente dos fins que se tem em vista, dependendo do porte da empresa. Sendo assim, os critérios de classificação para pequenas empresas podem ser quantitativos, qualitativos ou mistos. No entanto, quando se deseja realizar análises comparativas e estatísticas, a autora recomenda a utilização de apenas um critério como base. (LEONE, 1991)

Os critérios qualitativos de natureza social usado para definir o porte de uma empresa tocam essencialmente, na estrutura interna, na organização e nos estilos de gestão. Os critérios quantitativos são critérios econômicos, oferecem subsídios estáticos, enquanto os qualitativos apresentam uma visão dinâmica da organização e ainda pode-se estabelecer um conceito da pequena empresa pelo critério misto, isto é, adotando-se mais de um critério. (LEONE, 1991, p.51)

No Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno porte (1999), estabelece:

[...] O critério adotado para conceituar micro e pequenas empresas é a receita bruta anual cujos valores foram atualizados pelo Decreto nº. 5.028/2004, de 31 de março de 2004, que corrigiu os limites originalmente estabelecidos de R\$ 244.000,00 e R\$ 1.200.000,00, para os limites atuais: Microempresa: 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) e Empresa de Pequeno Porte: receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais).

Atualmente, os critérios acima vêm sendo adotados em diversos programas de crédito do governo federal em apoio às micro e pequenas empresas. O regime simplificado de tributação - Simples também adota o critério do Estatuto para enquadrar pequena empresa. Em diversos regimes simplificados de tributação dos Estados também são utilizados os limites de valor do Estatuto, enquanto outros Estados utilizam limites próprios, adaptados à situação econômica e fiscal própria.

O Sebrae Nacional utiliza o conceito de pessoas ocupadas nas empresas, principalmente nos estudos e levantamentos sobre a presença das micro e pequenas empresas na economia brasileira, para as microempresas do ramo industrial e construção até 19 pessoas ocupadas, no comércio e serviços até 09 pessoas ocupadas, para as empresas de pequeno porte do ramo industrial e construção 20 a 99 pessoas ocupadas, no comércio e serviços de 10 a 49 pessoas ocupadas. (SEBRAE, 2005)

O Banco do Brasil e o Banco de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES classificam a empresa pelo valor do ativo imobilizado, cujo objetivo é visualizar a dimensão física da empresa.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE adota o critério de classificação pelo número de empregados.

2.5 Dimensão das micro e pequenas empresas

É difícil definir pequena empresa especificando padrão de tamanho porque esse critério atende propósitos diferentes a diferentes pessoas ou órgãos interessados. Dentre as várias definições existentes, a seguir serão descritas as mais citadas:

Para o Small Business Administration - SBA⁷, (apud LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p.31-32) “a pequena empresa é aquela que tem menos de 100 empregados”.

No Japão às micro e pequenas empresas possuem duas classificações: pelo número de empregados e pelo capital social. Pela Lei básica da pequena e média empresa são definidas como sendo microempresas, aquelas que têm até 20 empregados na indústria e até 5 no comércio ou serviços, entretanto, a Corporação Financeira⁸ tem como definição de pequena empresa aquela que tem capital de até 10 milhões de ienes ou até 100 empregados na indústria e até 50 empregados no comércio e prestação de serviço. (IIDA, 1986)

⁷ Órgão americano de apoio aos pequenos negócios (SBA)

⁸ Órgão de apoio às pequenas empresas daquele país

Na Europa, a Federation of Small Businesses⁹ – FSB (2001) “define como microempresas, os negócios que empregam até 9 pessoas e pequenas empresas entidades que possuem de 10 a 99 empregados”.

É notável o papel desempenhado pelos pequenos empreendimentos em qualquer parte do mundo, uma vez que a pequena empresa movimenta todos os setores da economia.

Segundo Lakatos, (1997, p.204) “esse desempenho é relevante no plano político, econômico e social, constituindo-se na base para uma economia descentralizada, absorvendo mão-de-obra, produzindo bens e serviços e, conseqüentemente contribuindo no produto interno bruto de uma nação”.

Nos Estados Unidos, dos empreendimentos existentes no banco de dados divulgados em 1988 pela Small Business Administration - SBA, 98% das empresas eram pequenas, no Reino Unido, de acordo com a Federation of Small Businesses, 99,5% são pequenas empresas e no Japão 99,4% são de pequeno porte.

No Brasil, segundo dados do Observatório do Sebrae (1º semestre de 2005, p.3);

O número de microempresas no Brasil, entre 1996 e 2002, evoluiu de 2.956.749 para 4.605.607, com crescimento acumulado de 55,8%, passando a participação percentual no total de empresas de 93,2%, em 1996, para 93,6%, em 2002. O número total de pessoas ocupadas nas microempresas passou de 6.878.964 para 9.967.201, com crescimento de 44,9% entre os dois anos, elevando a participação percentual no total de ocupações nas empresas de 31,8% para 36,2%. Quanto à participação na massa total de salários, passou de 7,3%, em 1996, para 10,3%, em 2002. Os resultados da evolução real dos rendimentos médios no período, segundo os portes de empresas, indicam que ocorreu acréscimo real somente no segmento de microempresas (nos setores da indústria e no comércio), caindo o rendimento médio percebido nos demais portes. Já nas pequenas empresas - o número de empresas em atividade entre os dois anos elevou-se de 181.115 para 274.009, com crescimento de 51,3%. O total de pessoas passou de 4.054.635 para 5.789.875, com crescimento de 42,8%, evoluindo a participação percentual no total de empregos de 18,8% para 21,0%. As pequenas empresas aumentaram sua participação na massa de salários e rendimentos de 12,8%, em 1996, para 15,7% em 2002.

Em conjunto, micro e pequenas empresas brasileiras representam 99,2% do número total de empresas formais, por 57,2% dos empregos e por 26,0% da massa salarial. Em função do aumento expressivo citado acima, o número de empregos gerados entre os dois anos nos

⁹ Órgão com sede no Reino Unido

dois segmentos, a massa salarial apresentou incremento real de 57,3% nas microempresas e 37,9% nas pequenas empresas.

Para Carvalho (1999, p.52) “As pequenas empresas são as que apresentam o maior potencial de crescimento, em qualquer dos ramos que se localizem, desde que ágeis, flexíveis e eficientes”.

Os pequenos negócios ainda respondem por 50% das exportações norte-americanas e no Brasil a participação das pequenas empresas nas exportações fica em torno de 2% e movimentam 26% do Produto Interno Bruto (PIB). Estimulando ainda a competição, ligando produtores e clientes quando funcionam como distribuidores, introduzem inovações e atuam como fornecedoras para grandes empresas. (CARVALHO, 1999)

Diante dos dados apresentados é significativa a participação das micro e pequenas empresas na economia mundial.

2.6 Características Positivas e Negativas das Micro e Pequenas Empresas

No Brasil há muitas oportunidades para as pequenas empresas, porque possuem vantagens estruturais e funcionais para se adaptarem melhor a nova conjuntura econômica, que exige das micro e pequenas empresas, criatividade, flexibilidade, tecnologia e profissionalização para se adaptar ao novo contexto da globalização, onde muitas empresas estrangeiras concorrem com empresas nacionais. (ZANUZZI, 1999)

Um aspecto a ser considerado no cenário globalizado diz respeito à produtividade limitada dos pequenos negócios, devido ao tamanho da empresa, por isso a contribuição econômica que a pequena empresa pode oferecer vai variar com o setor de atividade que ela atua. Por exemplo, uma pequena empresa dificilmente poderá fabricar aeronaves, veículos automotores ou maquinários agrícolas pesados, mas poderá se destacar oferecendo peças para fabricação ou efetuando conserto dos mesmos. (ZANUZZI, 1999)

Mesmo com as vantagens positivas atribuídas às micro e pequenas empresas é ilusório pensar que podem ser generalizadas de maneira uniforme, principalmente devido ao grande número de fracassos de pequenos negócios que abordaremos em seguida.

2.6.1 Sucessos e insucessos das micro e pequenas empresa

Apesar da visão otimista da pequena empresa no processo de desenvolvimento econômico-social, é necessário que se considere o elevado número de fracassos nos negócios.

Nos Estados Unidos, segundo pesquisa da SBA, citada por (PHILLIPS, apud LONGENEKER, MOORE e PETTY 1997, p.41), mostrou que:

[...] 40% das novas empresas americanas sobrevivem seis ou mais anos, fatores econômicos representam a maior causa de fracasso nos negócios americanos com 45% do total, relatando dificuldades em vendas, lucros reduzidos, poucas perspectivas de crescimento, problemas financeiros em segundo lugar com 37,2%, sendo despesas operacionais e capital insuficiente, em terceiro lugar com 10,5%, qualidade do gerenciamento, experiência e conhecimento de negócios, outras causas são: negligência, acidente, fraude e causas estratégicas, que representam 7,3%.

No Japão, para amenizar as desvantagens em relação às grandes empresas o governo japonês criou medidas protetoras para as pequenas empresas: incentivou a organização de associações e cooperativas e passou a comprar uma média de 44,9% da produção feita pelas pequenas e médias empresas, nos Estados Unidos as compras governamentais representam 23% e no Brasil, o Estatuto da Pequena e Micro Empresa aprovado em 1999, no Artigo 24, estabelece prioridade na política de compras governamentais às micro e pequenas empresas. (IIDA, 1986, p.206)

Pesquisa realizada por Vale, Aguiar e Andrade (1998, p.21), sobre fatores condicionantes da mortalidade de empresas, demonstram que:

[...] 36% das micro e pequenas empresas morrem com até um ano de existência, 47% desaparecem até o segundo ano, empresários com experiência anterior em outra empresa no mesmo ramo de negócio tiveram mais sucesso que pessoas autônomas. [...] 71% das empresas extintas identificaram uma oportunidade para abrir o negócio, empresas de sucesso 59% criaram suas empresas por esse mesmo motivo. 14% das empresas de sucesso tinham capital, das empresas extintas apenas 6% disseram que existia capital [...] verificou-se que ter disponibilidade de recursos financeiros, conhecimento do mercado e da atividade, são importantes para o sucesso do negócio. Com relação ao fechamento das empresas, os principais motivos foram: falta de capital de giro, 26%; falta de clientes, 21%; carga tributária elevada, 17%; recessão econômica 14%; maus pagadores, 12% e concorrência muito forte, 10%, o estudo concluiu que a maioria, 71% das empresas extintas possuía até dois empregados, sendo que 36% fecharam suas portas antes de completar um ano.

Esses dados sugerem que falta ao empresário uma melhor capacidade de avaliação e análise das possíveis oportunidades vislumbradas, dos riscos envolvidos e também de formatação do seu negócio, dentre os fatores mais importantes apontados como causas de insucesso foi falta de administração profissional qualificada e a falta de experiência anterior ou conhecimento do negócio. (VALE, AGUIAR e ANDRADE, 1998).

O Sebrae Nacional promoveu a realização de uma pesquisa nacional, no primeiro trimestre de 2004, para a avaliação das taxas de mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras e os fatores causais da mortalidade, consolidadas para o Brasil nas cinco regiões: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, referentes às empresas constituídas e registradas nos anos de 2000, 2001 e 2002, com base em dados cadastrais das Juntas Comerciais Estaduais.

A pesquisa de campo realizada no início de 2004 apurou a taxa de mortalidade das empresas constituídas em 2000, 2001 e 2002, identificando os fatores condicionantes da mortalidade. O relatório contempla avaliações consolidadas para o Brasil e Regiões, individualizadas para cada estrato de empresas, segundo o porte, envolvendo empresas extintas e ativas.

As taxas de mortalidade verificadas para o Brasil e nas regiões são: 49,4% para as empresas com até 2 (dois) anos de existência (2002); 56,4% para as empresas com até 3 (três) anos de existência (2001); 59,9% para as empresas com até 4 (quatro) anos de existência (2000).

Tabela 1 - Taxa de Mortalidade por Região e Brasil (2000-2002)

Ano de constituição	Regiões					Brasil
	Sudeste	Sul	Nordeste	Norte	Centro Oeste	
2002	48,9%	52,9%	46,7%	47,5%	49,4%	49,9%
2001	56,7%	60,1%	53,4%	51,6%	54,6%	56,9%
2000	61,1%	58,9%	62,7%	53,4%	53,9%	59,9%

Fonte: Sebrae – Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresa no Brasil, 2004, p. 11.

Nos levantamentos realizados sobre os fatores determinantes da mortalidade, foram avaliados os principais motivos que, na opinião dos empresários, levaram as empresas ao

encerramento das atividades. A pesquisa de campo levantou ainda, os fatores que explicam o sucesso nos negócios, ou seja, as condições que, estando presentes na condução do empreendimento, contribuem para diminuir as causas de fracasso das empresas. (SEBRAE, 2004)

2.6.2 Fatores de Sucesso

Os fatores de sucesso apontados pelos empresários foram agrupados segundo três características comuns: 1) habilidades gerenciais; 2) capacidade empreendedora; e 3) logística operacional. Os primeiros dois fatores apontados integram as chamadas Habilidades Gerenciais, que refletem a preparação do empresário para interagir com o mercado em que atua e a competência para bem conduzir o seu negócio. (SEBRAE, 2004)

Tabela 2 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo as habilidades gerenciais.

Categoria	Fatores de Sucesso	% Empresários
Habilidades Gerenciais	Bom conhecimento do mercado onde atua	49%
	Boa estratégia de vendas	48%

Fonte: Sebrae – Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresa no Brasil, 2004, p. 12.

Os fatores considerados mais importantes sobre os condicionantes de sucesso nos negócios, alcançando 49% e 48% de respostas, indicam que para obter sucesso nas vendas, o empresário deve ter bom conhecimento do mercado, conhecer a clientela e produtos procurados, avaliar os fornecedores e o estoque da empresa, preços compatíveis com o perfil do mercado, estratégias de promoções, serviços, marketing etc. (SEBRAE, 2004)

Tabela 3 - Fatores condicionantes de sucesso, segundo a Capacidade Empreendedora.

Categoria	Fatores de Sucesso	% Empresários
Capacidade Empreendedora	Criatividade dos empresários	31%
	Aproveitamento das oportunidades de negócios	29%
	Empresário com perseverança	28%
	Capacidade de liderança	25%

Fonte: Sebrae – Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresa no Brasil, 2004, p. 13

Empreender, descobrir as melhores oportunidades de negócios, assumir risco no investimento financeiro e humano, conduzir os negócios em meio a adversidades e dificuldades que surgem no dia-a-dia empresarial, são as habilidades relativas à capacidade empreendedora e não podem ser adquiridas sem criatividade, conhecimento e técnicas de liderança e de gestão. (SEBRAE, 2004).

Tabela 4 - Fatores condicionantes de sucesso, segundo a Logística Operacional.

Categoria	Fatores de um bom administrador	% Empresários
Logística Operacional	Escolha de um bom administrador	31%
	Uso de capital próprio	29%
	Reinvestimento dos lucros na empresa	23%
	Acesso a novas tecnologias	17%

Fonte: Sebrae – Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresa no Brasil, 2004, p. 14.

Os pontos indicados representam à capacidade do empresário em utilizar-se de forma eficiente os fatores de produção, utilizados nas atividades empresariais: o capital, o trabalho especializado e recursos tecnológicos disponíveis, reunindo-os na atividade produtiva ou comercial para obtenção dos melhores resultados. Pode-se concluir que as três categorias são importantes para o sucesso nos negócios. Ressaltando habilidades gerenciais, seguidos da capacidade empreendedora e da logística operacional. (SEBRAE, 2004)

2.6.3 Fatores de Insucesso

As principais causas do fechamento das empresas na opinião dos empresários que encerraram as atividades foram falhas gerenciais na condução dos negócios, expressas nas razões: falta de capital de giro, problemas financeiros, ponto inadequado e falta de conhecimentos gerenciais, seguida de falta de clientes, maus pagadores e recessão econômica no País.

Tabela 5 - Causas das dificuldades e razões para o fechamento das empresas

Categorias	Ranking	Dificuldades/Razões	Percentual de Empresários que Responderam
Falhas Gerenciais	1º	Falta de capital de giro	42%
	3º	Problemas financeiros	21%
	8º	Ponto/ local inadequado	8%
	9º	Falta de conhecimentos gerenciais	7%
Causas Econômicas Conjunturais	2º	Falta de clientes	25%
	4º	Maus pegadores	16%
	6º	Recessão econômica no país	14%
Logística Operacional	12º	Instalações inadequadas	3%
	11º	Falta de mão-de-obra qualificada	5%
Políticas Públicas e arcabouço legal	5º	Falta de crédito bancário	14%
	10º	Problemas com fiscalização	6%
	13º	Carga tributária elevado	1%
	7º	Outra razão	14%

Fonte: Sebrae – Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresa no Brasil, 2004, p. 15

Pode-se concluir que as causas da alta mortalidade das empresas no Brasil estão fortemente relacionadas, em primeiro lugar, à falhas gerenciais na condução dos negócios, seguida de causas econômicas conjunturais e tributação. As falhas gerenciais, por sua vez, podem ser relacionadas à falta de planejamento na abertura do negócio, levando o empresário a não avaliar de forma correta e prévia os dados importantes para o sucesso de um empreendimento, como a existência de concorrência nas proximidades do ponto escolhido, a presença potencial de consumidores, dentre outros fatores. (SEBRAE, 2004)

Com os resultados da pesquisa obteve-se o perfil das empresas extintas, 51% comércio, 46% serviços e 3% indústria, 63% dos ex-administradores são do sexo masculino e 37% do sexo feminino, referente a principal atividade exercida antes do início das atividades, 30% funcionários de empresas privadas, 25% autônomos, 10% empresários, 8% donas de casa, 7% estudantes e 7% funcionários públicos, 29% dos pesquisados possuíam superior completo, 46% colegial completo até superior incompleto. Quanto à experiência, 26% sem nenhum conhecimento prévio do ramo e 19% alguém na família tinha um negócio similar. Sobre a busca de auxílios na condução dos negócios, 34% recorreram a pessoas que conheciam o ramo, 32% pediram ao contador e 20% recorreram ao Sebrae.

Projetando-se os percentuais de taxas de mortalidade sobre o número total de empresas registradas nos três anos, ou seja, de 2000 a 2002, pode se estimar o custo social total advindo do encerramento das atividades empresariais. (SEBRAE, 2004, p.17)

[...] estima-se o fechamento de 772.679 empresas nos três anos, além de perda de 2,4 milhões de ocupações, contribuindo para o crescimento das taxas de desemprego e da atividade informal. Pressupõem-se desperdícios potenciais da ordem de R\$ 19,8 bilhões de inversões na atividade econômica, decorrente do encerramento das atividades empresariais no período de 2000 a 2002. Os valores acima, contudo, não representam perda total, pois uma parcela dos recursos investidos foi recuperada, conforme mostra a pesquisa nos detalhamentos das tabelas no texto completo. Além disso, é necessário ter presente que há um intenso dinamismo na criação de novas empresas todo ano, que alcança em torno de 470 mil novas empresas instaladas, gerando novos empregos. Muitas das empresas novas são criadas pelos próprios empresários que fecharam uma firma anteriormente, seja mudando de local ou de ramo. No final, há um resultado líquido de aumento anual do número de empresas em atividade e dos empregos gerados nas MPE.

Dado o diagnóstico desta pesquisa de mortalidade, que indicou como uma das causas principais do fechamento prematuro das empresas as falhas na condução gerencial e no planejamento no início de um novo negócio, cabe ao Sebrae aprimorar e intensificar seus programas de capacitação empresarial, especialmente nos segmentos voltados à formulação de planos de negócios, planejamento, gestão de empresa, aprimoramento contábil, recursos humanos, etc. Melhorar o conhecimento das características e do potencial do mercado, com ênfase nas fases do planejamento estratégico, desenvolvimento inicial da empresa, além de ações voltadas ao aprimoramento e desenvolvimento do espírito empreendedor. (SEBRAE, 2004)

Quanto às regiões a taxa de mortalidade empresarial no Brasil, apurada para as empresas constituídas e registradas nas juntas comerciais dos estados nos anos de 2000, 2001 e 2002, revela que 49,4% encerraram as atividades com até 02 (dois) anos de existência, 56,4% com até 03 (três) anos e 59,9% não sobrevivem além dos 04 (quatro) anos, as taxas variam de 46,7% a 62,7%, segundo o ano de constituição da empresa. “O Sul é a região com maior percentual para as empresas com até 02 (dois) e 03 (três) anos de constituição e o Nordeste para as empresas com até 04 (quatro) anos”.

A grande maioria dessas empresas extintas (68% dos casos) afirmou não ter dado baixa dos respectivos atos constitutivos na Junta Comercial em função da esperança de reativar as atividades (37% das citações) e do custo elevado (25%). Segundo o critério de pessoas ocupadas, as microempresas com até 09 pessoas ocupadas representam 96% do total

das empresas extintas, sendo responsáveis pela geração de 3,2 postos de trabalho, em média. (SEBRAE, 2004)

As empresas extintas concentram-se nas atividades de comércio e serviços, apresentando pequenas variações de acordo com o número de pessoas ocupadas. Notadamente, as empresas com 02 até 09 pessoas ocupadas apresentam maior incidência no setor de comércio, enquanto que aquelas com 01 pessoa são na maioria prestadoras de serviços. (SEBRAE, 2004)

Tabela 6 - Distribuição das empresas extintas, por setor de atividade, segundo o número de pessoas ocupadas (Brasil).

Nº. de Ocupações	Setor de Atividade			
	Indústria	Comércio	Serviços	Total
01 pessoa	2%	46%	52%	100%
Com 02 até 09 pessoas	3%	53%	44%	100%
Com 10 até 19 pessoas		50%	50%	100%
Brasil	3%	51%	46%	100%

Fonte: Sebrae – Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresa no Brasil, 2004, p. 21

Os ex-proprietários, na maioria, do sexo masculino, possuem segundo grau completo e faixa etária modal de 30 a 49 anos, aqueles com empresas com 01 pessoa ocupada eram, preponderantemente, autônomos ou ex-funcionário de empresa privada, cuja experiência ou conhecimento no ramo advinha, principalmente, de familiares com negócios similares ou de outra empresa enquanto empregado. Quase ¼ dos entrevistados (22%) declarou ter iniciado os negócios sem nenhuma experiência ou conhecimento no ramo. (SEBRAE, 2004)

As empresas extintas com 02 até 09 pessoas ocupadas revelam que os seus donos, além de ex-autônomo e ex-funcionários de empresas privadas, exerciam um leque mais variado de atividades, tais como: donas de casa, empresários, estudantes e funcionários públicos. Também para esse extrato de empresas, por volta de 1/3 (28% das citações) afirmou não deter nenhuma experiência ou conhecimento no ramo de atuação quando da abertura da empresa. Os proprietários das empresas extintas com ocupações acima de 20 pessoas são ex-funcionários de empresas privadas. (SEBRAE, 2004)

O principal motivo da mortalidade da empresa, segundo os proprietários/administradores, concentra-se na falta de capital de giro, escassez de clientes e a recessão econômica. Para o grupo de empresas com 02 até 09 ocupações, os problemas financeiros merecem destaque junto com a falta de clientes, para os proprietários das empresas com 10 até 19 ocupações, a falta de conhecimentos gerenciais é um dos motivos para a paralisação das atividades. (SEBRAE, 2004)

Analisando-se as razões do fechamento das empresas e comparando-as com os fatores de sucesso mencionados com maior frequência (bom conhecimento do mercado, boa estratégia de vendas e um bom administrador) observa-se que o fator que ameaça a sobrevivência da empresa é a falta de dados consistentes para a tomada de decisão, desde a escolha do negócio a ser empreendido, até a forma de financiamento das operações, política de vendas, estratégia de compras e estrutura de produção. (SEBRAE, 2004)

Segundo os proprietários entrevistados pelo Sebrae (1994, p.30) “após o fechamento da empresa, 29% passaram a exercer a atividade de autônomo e 24% conseguiram um emprego. Atestando a característica do brasileiro em empreender, tem-se que 14% abriram outra empresa, quer seja motivado pela identificação de uma oportunidade de negócio ou por necessidade de complementar/ gerar renda”.

Uma das formas de evitar o insucesso é conhecer os estágios de desenvolvimento das organizações, ou também, chamado ciclo de vida das organizações.

A utilidade do uso da teoria de ciclo de vida ou estágios nas organizações é reconhecida por muitos autores, todavia, encontram-se pontos de vista diferentes em relação ao número de estágios e propriamente à análise de cada modelo.

Existem várias abordagens sobre as formas de se conhecer as fases pelas quais passa uma empresa durante sua existência. Entretanto, neste momento serão apresentadas apenas algumas abordagens descritas por Adizes (1998).

2.7 Estágios de desenvolvimento das organizações

De acordo com Adizes (1998, p. XIX) “esta metodologia para modificar a cultura de uma empresa é aplicável a organizações dos mais diversos tamanhos, seja medida em volume de vendas ou em número de empregados, e que empregam as mais diversas tecnologias”.

Até o momento, a metodologia já foi aplicada a aproximadamente 400 organizações, tanto empresas, como instituições não-lucrativas, empregando de 30 a 90.000, e envolvidas nas mais variadas tecnologias: construção, manufatura pesada, organizações religiosas, governos, lanchonetes e bancos. Vinte países já aplicaram essa metodologia: África do Sul, Alemanha, Austrália, Brasil, Dinamarca, Espanha, Estados Unidos, Gana, Grécia, Groenlândia, Índia, Inglaterra, Islândia, Israel, Malásia, México, Noruega, Suécia, Venezuela e Zimbábue. (ADIZES, 1998, p. XIX)

O crescimento e o envelhecimento das organizações, da mesma forma que nos seres vivos, manifesta-se principalmente pela inter-relação entre flexibilidade e controlabilidade. Quando envelhece essa relação se altera, o controle aumenta e a flexibilidade diminui, isto significa que flexibilidade e mudança acontecem com mais frequência em empresas jovens, já a organização velha se torna inflexível e pouco propensa à mudança.

Existem diversas empresas que podem ser consideradas velhas mesmo não sendo grandes ou terem sido fundadas a pouco tempo, o que causa o crescimento e o envelhecimento das organizações não é nem o tamanho nem o tempo. [...] jovem significa que a organização é capaz de mudar com relativa facilidade, ainda que, devido ao seu baixo nível de controle, seja relativamente imprevisível o que poderá fazer. Uma empresa velha significa que seu comportamento é controlável, mas que ela é inflexível, com pouca propensão à mudança. Quando uma organização é ao mesmo tempo flexível e controlável ela não é nem jovem nem velha demais. Essa organização pode mudar sua direção e pode fazê-lo quando desejar. Pode controlar o que quer fazer. (ADIZES, 1998, p.3)

O conceito de ciclo de vida sugere que as organizações assim como os seres vivos nascem, crescem, se modificam e envelhecem, passando por várias etapas, igualmente como os seres vivos sofrem mudanças de comportamento ao longo de suas vidas.

Em cada estágio manifestam-se padrões de comportamento e ocorrem dificuldades ou problemas característicos, assim como também surgem problemas de transição quando se ingressa num novo estágio de desenvolvimento. (ADIZES, 1998)

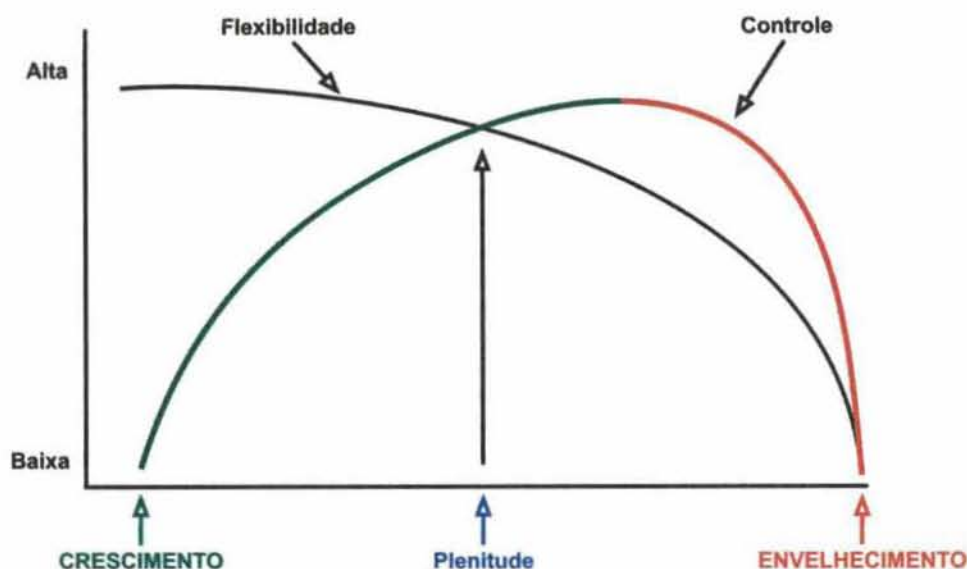


Figura 1 – A natureza do crescimento e do envelhecimento.

Fonte: ADIZES, I. *Os ciclos de vida das organizações*, 4. ed. São Paulo: Pioneira, 1998, p.3

À medida que as empresas crescem e envelhecem qualquer deficiência relativa na sua flexibilidade ou autocontrole cria dificuldades previsíveis e repetitivas.

O trabalho da gerência não é criar uma situação em que não haja problemas, mas sim levar a organização à Plenitude e, ao fazê-lo, trocar um conjunto de problemas por outro. Crescer significa a capacidade de lidar com problemas maiores e mais complexos. A função da liderança é, portanto, gerenciar a organização de tal modo que ela possa passar para o estágio seguinte e mais exigente do Ciclo de Vida. (ADIZES, 1998, p.3-4).

O modelo proposto por Adizes cita que as empresas podem passar por dez fases desde o seu nascimento até a sua morte, são elas: Namoro, Infância, Toca-Toca, Adolescência, Plenitude, Estável, Aristocracia, Burocracia Incipiente, Burocracia e Morte.

2.7.1 Namoro

O primeiro estágio no desenvolvimento de uma organização é chamado Namoro. A empresa não existe fisicamente, mas o fundador já tem uma idéia da organização.

Durante o Namoro há muita empolgação e entusiasmo, o autor recomenda que a paixão inicial do fundador seja necessariamente acompanhada por uma meta motivadora: a satisfação de uma necessidade do mercado. De forma que, o objetivo principal não seja apenas o retorno sobre o investimento, o que por si só pode destruir o negócio. O fundador interessado apenas no lucro nem sempre tem paciência para esperar e desiste antes. O nascimento da empresa depende de assumir um risco substancial para poder passar para o estágio seguinte, denominada Infância.

No namoro, dá-se destaque às idéias e às possibilidades que o futuro oferece. Embora fisicamente a empresa não exista, e alguns possam se perguntar para que tanta empolgação e entusiasmo [...] Durante esse período, a empresa pode ser comparada a um jato na cabeceira da pista preparando-se para decolar. (ADIZES, 1998, p.11)

Adizes (1998, p.19) “durante o estágio de Namoro do Ciclo de Vida organizacional é normal haver dúvidas. [...] Um namoro que não testa a realidade é um mero caso; ao surgir o primeiro obstáculo, o compromisso deixa de existir.”

2.7.2 Infância

A partir do risco assumido, a natureza da organização modifica-se e nesta fase o enfoque principal é a produção de resultados, tendo como objetivo principal as vendas e mais vendas, o dinheiro é necessário para pagar as contas e as idéias e possibilidades características da fase anterior já não servem neste estágio. (ADIZES, 1998)

A luta pela sobrevivência é uma constante, a empresa necessita de capital de giro para financiar seus estoques e contas a receber, há uma tendência em subestimar a necessidade de dinheiro e de capital de giro pelo fato de antecipar sucessos que podem não ocorrer, durante a infância, o esforço do fundador, a ausência de delegação de autoridade e a orientação para o curto prazo são importantes para o sucesso. (ADIZES, 1998, p.25)

A empresa no estágio da infância oferece pouquíssimas recompensas, muitas vezes apenas o amor do fundador e o seu compromisso com o que deve e pode fazer, para tornar-se bem sucedida o fundador tem que ser uma pessoa cheia de entusiasmo, sentir ciúmes se alguém tentar prejudicar sua criação.

Uma organização criança tem poucas diretrizes, poucos sistemas e pouco orçamento. É altamente centralizada, desconhece seus pontos fortes e sua fragilidade. A probabilidade de

erros aumenta, pois o dinheiro é escasso, a empresa “vive com dinheiro contado”. A falta de dinheiro é freqüente na organização criança. Se a empresa for bem gerida o problema logo é resolvido. (ADIZES, 1998)

Uma infância saudável é aquela em que o crescimento é equilibrado. Esse equilíbrio, por sua vez, é reflexo de disponibilidade de caixa. Infância saudável é aquela em que o fundador sente que está no controle das operações, é aquela em que ele sente amparo e apoio em casa e na qual nenhuma das crises é fatal. [...] é normal que o fundador trabalhe longas horas, que ele não delegue e que ele tome todas as decisões. (ADIZES, 1998, p.34)

Para Adizes (1998, p.34) “haverá mortalidade infantil quando o fundador entediarse, quando ele sentir-se alienado da sua criação ou perder controle da organização. E também quando a empresa perder irrecuperavelmente sua liquidez”.

Para uma organização deixar de ser criança e passar para o próximo estágio do Ciclo de Vida organizacional, tem de estar estável financeiramente, ter clientes, fornecedores estabilizados e certa lealdade dos consumidores com seus produtos ou serviços.

2.7.3 Toca-Toca

Para se chegar na organização Toca-Toca, primeiro teve-se a idéia no Namoro, depois se coloca em prática essa idéia na infância e agora essa idéia já está em funcionamento, partindo-se do princípio que a empresa já resolveu seu problema de fluxo de caixa negativo e as vendas estejam aumentando.

Essa fase geralmente torna o fundador e a organização arrogantes – ou melhor, arrogantes com “A” maiúsculo. Quanto maior o sucesso da organização, mais arrogante se torna o seu fundador. As vezes se sente invencível. Como resultado, a organização Toca-Toca geralmente se complicará por seguir direções demais ao mesmo tempo. (ADIZES, 1998, p.36).

Se na infância o mais importante é o produto, no estágio Toca-Toca a empresa se volta para o mercado. A meta é aumentar as vendas e a participação no mercado. Pressupõe-se que mais vendas signifiquem mais dinheiro em caixa e mais lucros. Para isso começa a oferecer descontos, comissões e facilidades aos clientes, podendo até vender produtos sem qualidade. Como resultado, quanto mais vende, menos lucro tem porque geralmente não se sabe quais são os custos das mercadorias que vende.

Para Adizes (1998, p.38) “no estágio de Namoro, há uma visão. Na Infância, experimenta-se com essa visão na prática – daí a organização estar voltada para o produto. Uma vez completada a experimentação, no estágio Toca-Toca, a organização volta-se para as vendas”.

No estágio de desenvolvimento Toca-Toca a organização pode ter um conjunto de pessoas com habilidades diferentes. Existe pouco treinamento, poucas avaliações de desempenho, não se consegue definir quem faz o que e por quanto tempo torna-se um processo confuso e aleatório. A organização Toca-Toca não tem o tempo e a concentração necessária para eliminar os incompetentes.

No namoro, as organizações nas quais o compromisso é insuficiente para passarem o teste da realidade sofrem uma morte prematura chamada Caso. E o que é um caso senão muito entusiasmo sem um compromisso real? [...] o amor e o compromisso do fundador se esvaecem, e ela sucumbe com a Mortalidade Infantil. Uma Organização Toca-Toca que não conseguir desenvolver seus sistemas administrativos e que não conseguir institucionalizar sua liderança cairá numa cilada familiar, ou do fundador. (ADIZES, 1998, p.41).

Nos três primeiros estágios do ciclo de vida da organização, a empresa é o fundador e o fundador é a empresa, o relacionamento com bancos e instituições financeiras depende exclusivamente dos bens do fundador para dar credibilidade.

Adizes (1998, p. 41) cita que “o fundador é a força propulsora na qual o banco confia para receber seu dinheiro de volta. Ele é ao mesmo tempo o grande ativo e o grande risco”.

A Cilada do Fundador significa que quando o fundador morre, a empresa talvez morra também. A Cilada do Fundador pode ainda transformar-se numa Cilada Familiar, quando algum membro da família assume a empresa pelo simples fato de ser dono dela, e não por sua competência ou experiência. Se isso acontecer, é porque a empresa não soube distinguir entre possuir e gerenciar, entre ser dono e ser gerente. (ADIZES, 1998, p.45).

A transição para a Adolescência sempre é acompanhada por uma grande crise causada por erros de uma organização Toca-Toca, as quais arrogância, crescimento rápido e descontrolado, a falta de sistemas, orçamentos e diretrizes, a falta de estrutura e o processo centralizado de decisão.

2.7.4 Adolescência

A Adolescência é uma fase crítica, cujas principais características são o conflito e a inconsistência. Os conflitos acontecem devido a três fatores que ocorrem na Adolescência: delegação de autoridade, mudança de liderança e transposição de metas, nesse estágio a empresa necessita de um administrador profissional e precisa trabalhar profissionalmente. Segundo o autor, o fundador é o primeiro a descumprir as novas diretrizes, passando a dar mal exemplo aos demais funcionários, gerando mais conflito. No entanto, a ocorrência de conflito é considerada normal, somente deixa de ser normal quando resultar numa perda crítica da confiança e respeito mútuos entre as pessoas que detêm o controle.

A entrada na adolescência exige delegação de autoridade. [...] Para haver tal mudança, geralmente é preciso uma revolução, não apenas porque o rei ama o poder e não quer renunciar a ele, mas também porque o seu comportamento baseou-se numa série de circunstâncias que não sejam mais relevantes. (ADIZES, 1998, p.50).

O símbolo “Z” na curva da Figura 9, entre o estágio Toca-Toca e a Adolescência, aponta com precisão essa fase de transição difícil que concentra a delegação de autoridade, mudança de liderança e transposição das metas.

Para delegar autoridade o fundador que antes geria sozinho sua organização, agora precisa aprender a delegar, o negócio já exige mais habilidades profissionais que é impossível conseguir realizá-las sozinho ao mesmo tempo, torna-se impossível não delegar. O autor afirma que o momento exato dessa transição é quando a empresa encontra-se estável, sem correria para vender, ou seja, o momento exato tem que ser quando as condições na empresa não apresentem inseguranças. (ADIZES, 1998)

Na mudança de liderança, a contratação de um gerente profissional modifica a liderança da empresa e com isso modifica a cultura organizacional, significa resolver os problemas normais e desejáveis do presente, e preparar a empresa para os problemas que ela enfrentará no futuro.

Esse novo líder deve criar sistemas, desenvolver normas de remuneração, redefinir funções e responsabilidades, e institucionalizar um conjunto de regras e diretrizes. Nessa fase da transposição das metas, o que complica é abandonar as metas anteriores, deixando de

trabalhar mais e partindo para trabalhar melhor, utilizar-se do planejamento e reorganizar a empresa.

O resultado final desses três fatores – delegação de autoridade, mudança de liderança e transposição de metas – significa Conflito, com “C” maiúsculo. Esse conflito tem muitas dimensões, pois é um conflito entre: a velha guarda e a nova guarda, o fundador e o gerente profissional, o fundador e a empresa, as metas da empresa e as metas individuais. (ADIZES, 1998, p.58)

Adizes (1998, p.61) “o envelhecimento é prematuro porque a organização beneficia-se por um tempo do ímpeto e do espírito empreendedor do seu estágio Toca-Toca, mas nunca atinge o seu potencial; a Plenitude”.

Para que a organização possa passar para a fase da Plenitude, considerada pelo autor a fase mais favorável do Ciclo de Vida a sistematização administrativa, tem que estar bem sucedida e a liderança institucionalizada.

2.7.5 Plenitude

É o ponto mais favorável da curva do Ciclo de Vida de uma organização, quando atinge o equilíbrio de autocontrole e a flexibilidade. Quando uma organização chega a esse estágio de desenvolvimento ela sabe o que está fazendo, onde está indo, são lucrativas, possuem um orçamento agressivo, e a discrepância entre o previsto e o real é tolerável.

As características de uma organização Plena segundo Adizes (1998, p.61) são:

Sistemas e estrutura organizacional funcionais; Visão e criatividade institucionalizadas; Orientação para os resultados; a organização satisfaz as necessidades dos clientes; A organização planeja e segue seus planos; A organização supera suas expectativas de desempenho, previsivelmente; A organização é capaz simultaneamente de manter o crescimento das vendas e o aumento da lucratividade; A organização passa a gerar novas organizações Criança.

Uma empresa na plenitude geralmente não se queixa de problemas de caixa, embora isso não signifique sobra de dinheiro, a escassez de caixa é algo previsto, não é um problema e sim uma “sensação” possível de ser controlada. A capacidade de atingir resultados eficientes e eficazes a curto e no longo prazo continua aumentando.

Segundo Adizes (1998, p.64) “esse incremento da vitalidade da organização plena, decorre do impulso que foi gerado no namoro, posto à prova na infância, reativado no estágio toca-toca, institucionalizado e canalizado na adolescência e que está sendo capitalizado na plenitude”.

Dessa forma uma organização só atingirá a plenitude após ter adquirido experiência, superado os problemas e dificuldades no decorrer das fases anteriores do seu ciclo de vida. O grande desafio é permanecer na plenitude, onde o espírito empreendedor precisa ser reativado para não perder sua vitalidade.

A curva retrata a vitalidade, o azul representa o ápice do desempenho eficiente e eficaz a curto e longo prazo da organização. O grande desafio da empresa Plena é permanecer na plenitude, caso contrário ficará instável, cessa o crescimento e começa o declínio. (ADIZES, 1998)

2.7.6 A organização estável

A fase Estável é o primeiro dos estágios de envelhecimento do Ciclo de Vida organizacional. A empresa ainda está forte, mas vai perdendo sua flexibilidade. Ela está chegando ao fim do crescimento e começando a declinar.

Segundo Adizes (1998, p.67) “com a estagnação da criatividade por muito tempo, a satisfação das necessidades dos clientes começará a ser afetada”.

Menores expectativas de crescimento e de conquistar novos mercados, tecnologias e regiões inexploradas; a organização começa a se concentrar nas realizações do passado ao invés de visualizar o futuro; desconfia das mudanças, recompensam aqueles que fazem o que lhes é mandado e está mais interessada nas relações interpessoais do que em riscos. (ADIZES, 1998, p.68)

Com a estabilidade que ocorre no final da plenitude e transição para o próximo estágio, a organização torna-se saudosista, isto é, se concentra nas realizações que fez no passado e não visualiza o futuro, tem menos expectativa de conquistar novos mercados e teme mudanças, é o começo de outra fase: a aristocracia.

A passagem para o estágio seguinte, a Aristocracia, é discreta e suave. Da Plenitude em diante, o movimento ao longo do Ciclo de Vida é um processo de deterioração progressiva.

2.7.7 Aristocracia

Este estágio é definido pelos seguintes padrões de comportamento: a empresa aplica dinheiro em sistemas de controle, benefícios e instalações; embasa-se em como as coisas são feitas, não o que é ou por que é feito; há grande formalidade e tradição no vestir e falar, as pessoas, individualmente, preocupam-se com a vitalidade da empresa.

Mas também enquanto grupo, o lema operacional é “Não fazer ondas”. Negócios como sempre; há um baixo nível de inovação interna. A empresa poderá adquirir outras empresas para obter novos produtos e mercados, ou para tentar recuperar dessa maneira o espírito empreendedor que perdeu. A organização tem dinheiro em abundância tornando-se um alvo em potencial de manobras para aquisição do controle acionário. (ADIZES, 1998, p. 70)

A estabilidade causada pela diminuição ou inexistência de espírito empreendedor neste estágio fomenta um processo crescente de formalização e baixo nível de inovação interna. Os resultados no curto prazo são bons, mas cresce o afastamento dos clientes que é refletido pelos padrões de comportamento causados pela ênfase dada ao excesso de formalidade, os concorrentes e os clientes ficam em segundo plano, uma vez que a empresa tem sua atenção voltada para seus problemas e seus conflitos internos. Ademais, há uma sensação cada vez menor de controle. A atitude que passa a prevalecer é aludir-se aos problemas sem agir sobre eles, na esperança de que alguém faça algo.

Adizes (1998, p. 83) afirma que “nesse estágio a participação de mercado começa a baixar, o fluxo de caixa torna-se negativo e há uma alta rotatividade de bons funcionários. Todos os sinais vitais de uma organização estão gritando emergência”.

A organização passa a querer transformar em dinheiro a boa reputação que foi conquistando a duras penas desde a Infância. A maquiagem artificial dos aumentos de preço já não consegue sequer criar uma ilusão de beleza – já que a verdadeira beleza estaria em satisfazer as necessidades dos clientes, em oferecer-lhes um valor real. [...] a verdade vem então à tona rapidamente e as delicadezas desaparecem. Com as armas em punho, tem início a luta pela sobrevivência individual (e não mais da empresa). Bem-vindos à Burocracia Incipiente. (ADIZES, 1998, p.83)

2.7.8 Burocracia Incipiente

A Burocracia Incipiente apresenta algumas características de comportamento organizacional bem típica, tais como: destaca-se quem causou um problema, e não o que fazer a respeito; há muito conflito e brigas internas; a paranóia paralisa a organização; o importante passa a ser guerras territoriais internas; o cliente externo torna-se um aborrecimento. Nesse estágio não é incomum achar culpados, as pessoas lutam entre si, passando a maior parte do tempo, voltados para o ambiente interno tentando achar justificativas para eliminar os demais. Com esse comportamento intensifica o declínio da organização.

Adizes (1998, p.86) diz que “se a empresa for subsidiada ou nacionalizada, a vida se prolonga. Ela renasce. Embora devesse ter morrido, ela é mantida viva, tornando-se um cadáver com vida artificial”.

Esse ciclo continua até que o resultado final seja a falência, ou uma Burocracia plena estabilizada ou subsidiada pelo governo.

2.7.9 Burocracia e Morte

No estágio burocrático, a empresa não gera recursos próprios em grau suficiente, justifica-se por existir e não por funcionar, a morte é mantida através de sistemas artificiais de vida. Seus sistemas são numerosos, mas pouco voltados para aspectos funcionais. Está dissociada do seu ambiente, concentrando-se basicamente em si mesma.

Não há qualquer senso de controle para conseguir trabalhar com a organização, os clientes precisam criar mecanismos complexos para contornarem ou abrirem caminho através dos sistemas.

Na organização burocrática os gerentes não pensam em resultados, não têm a menor propensão para mudanças e nunca trabalham em equipes, só há sistemas, estruturas, normas e procedimentos.

As organizações burocráticas conhecem todas as regras, mas não se lembram porque elas existem. Não há comprometimento e nem boa vontade por parte de seus dirigentes.

Para obter resultados de tal organização, o cliente precisa fazer tudo sozinho. É como se o sistema nervoso da organização houvesse entrado em colapso, a mão esquerda não sabe o que faz a direita. Um departamento rejeita o que o outro solicitou. O cliente sente-se perplexo, desconcertado, frustrado e perdido. (ADIZES, 1998, p. 90)

A verdadeira morte pode levar anos, ela ocorre quando ninguém mais tem um compromisso com a organização. Isso pode acontecer antes da burocratização no caso de não haver um compromisso político verossímil sustentando a empresa ou setor da economia. Numa Burocracia, a morte prolonga-se porque ela não tem um compromisso com seus clientes, e sim com os interesses políticos que a mantêm viva por motivos igualmente políticos.

Pode-se estabelecer o seguinte resumo do modelo de desenvolvimento das organizações:

No estágio do Namoro há uma visão do que se pretende fazer, na Infância essa visão transforma-se em experiência, na organização Toca-Toca tudo é oportunidade, a empresa quer vender, o que não significa ter lucros. A adolescência é marcada por conflitos e inconsistência, é preciso abandonar o que se fazia na fase Toca-Toca, o que exige delegação de autoridade e mais controle.

A melhor fase na curva do ciclo de vida da organização é a plenitude, a empresa é capaz de manter o crescimento das vendas e aumentar a lucratividade, mas deve ter um grande desafio: reativar o espírito empreendedor. Após a plenitude, começa o processo de envelhecimento da organização com os estágios da aristocracia e da burocracia.

A aristocracia surge quando acaba o espírito empreendedor e a empresa muda o seu comportamento em relação ao mercado e aos processos internos, embora ainda obtenha resultados, já com sistemas engessados e poucos funcionais, a partir desse ponto é um passo, e neste estágio a organização está engessada por uma máquina burocrática que limita totalmente sua atuação e sua mobilidade, tornando-a inflexível, partindo para o prenúncio de sua extinção.

Para Adizes (1998, p.4), “a chave do sucesso gerencial não é, portanto, a eliminação de todos os problemas, mas sim a concentração naqueles problemas pertinentes ao estágio atual da organização no ciclo de vida”.

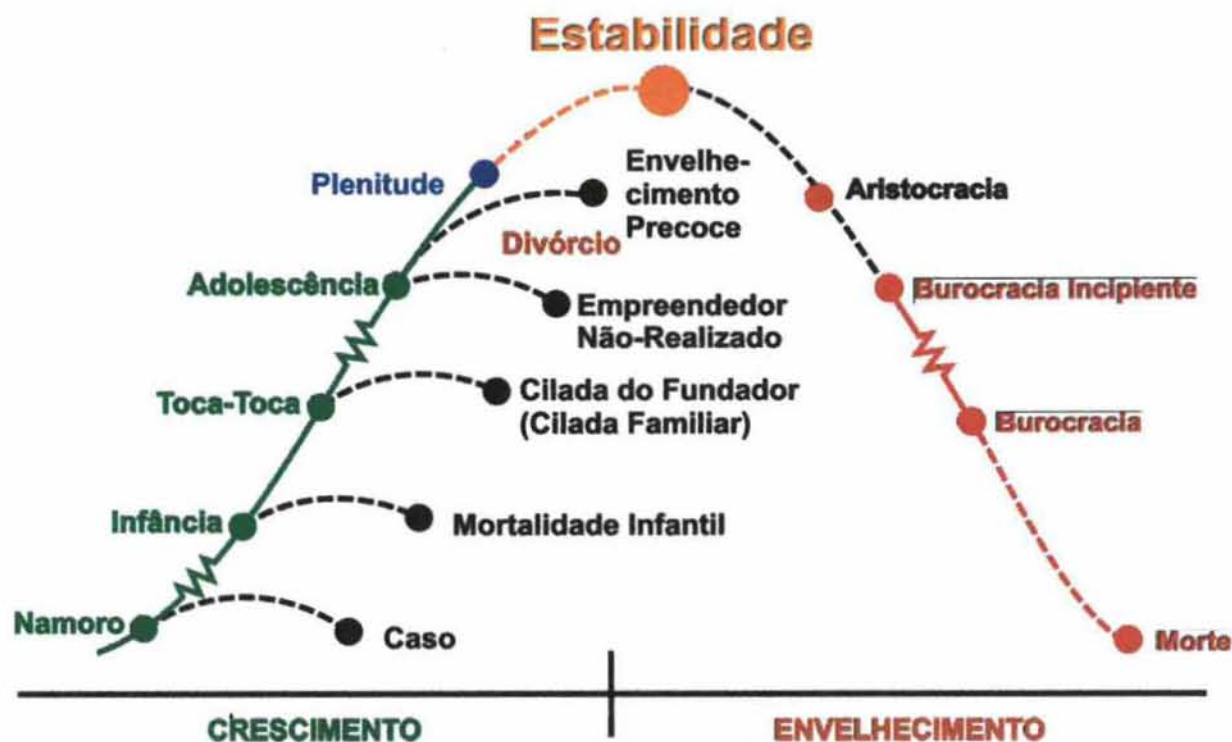


Figura 2 – Os Ciclos de Vida das Organizações

Fonte: ADIZES, I. Os ciclos de vida das organizações, 4. Ed. São Paulo: Pioneira, 1998, p. 92

Assim, conhecer cada estágio do ciclo de vida das organizações e como a empresa se comporta em cada um desses estágios faz-se imprescindível a qualquer gestor que queira conduzir e manter-se na plenitude, uma vez que, a empresa não precisa necessariamente envelhecer ou morrer.

Uma das formas de manter-se na plenitude é estar buscando constantemente aperfeiçoamento com treinamentos, capacitação e aprendizagem. Tema que se aborda em seqüência.

2.8 Treinamento/Aprendizagem

Treinar vem do latim *trahere*, e significa trazer, levar a fazer algo. Tal conceito quer seja ou não do conhecimento de quem o utiliza, é simples: usando métodos mais ou menos sistemáticos, levar alguém a ser capaz de fazer algo que ele nunca fez antes, e fazê-lo sem a assistência de quem treina.

O conceito de desenvolvimento também sempre existiu na humanidade e na modernidade impossível dissociá-lo do conceito treinamento. Vindo também do latim (*des* – para ênfase + *en* – para dentro, interno + *volvere* – mudar de posição, lugar), tomou o significado de fazer crescer, fazer progredir alguém em direções diferentes das que se está habituado. O que se pretende basicamente num processo de desenvolvimento é a preparação da pessoa para posições mais complexas em termos de abrangência ou para carreiras diversas da que ela está engajada ou desempenhando. (CARVALHO, 1999)

A partir de 1930, o treinamento ganhou novo status como atividade administrativa ao se tornar parte integral da estratégia empresarial e não apenas uma questão operacional, o que requeria informações científicas mais seguras sobre habilitação e aprendizagem profissional, que por sua vez demandavam significativa dedicação por parte das ciências comportamentais. Nos anos 70, por força da competitividade e da rápida evolução tecnológica, a eficiência dos negócios passou a depender mais da contínua atualização e aprendizagem do que da autoridade gerencial, provocando um novo salto qualitativo ao se tornar uma alternativa para a autoridade gerencial na cadeia de eventos da eficácia, culminando com os programas de formação e atualização. Tornando-se metas essenciais do sucesso nos negócios, poderosas ferramentas de transformação no mundo organizacional e de fundamental importância na gestão empresarial. (MALVEZZI, 1994)

As atividades empresariais das micro e pequenas empresas necessitam estar atentas ao mercado, buscando nova postura, tornando mais efetivos os recursos disponíveis, para que possa aumentar proativamente o volume de negócios, estabelecendo uma gestão voltada para a melhoria contínua e para uma melhor vantagem competitiva.

A aprendizagem nas organizações é considerada na era da informação e do conhecimento, um elemento essencial para a sua sobrevivência, em especial nas duas últimas décadas, quando fatores sociais, políticos e tecnológicos aumentaram a incerteza das companhias em geral quanto ao seu entorno. Para tanto, torna-se importante aprimorar os mecanismos da aprendizagem.

Apesar das pequenas empresas procurarem implantar programas de qualidade, os resultados obtidos não representam o esperado pelos empresários. Os empresários, muitas vezes, procuram apenas modismos no gerenciamento de suas organizações, sem entendê-los na sua essência, e sem adequá-los à nova realidade do mercado, que requer que as organizações despertem para a necessidade de um complexo e contínuo processo de transformações. (CÂNDIDO, 1998, p.59).

É através da aprendizagem que os sistemas vivos se aprimoram e aumentam sua capacidade de sucesso. No meio turbulento em que as organizações se encontram a aprendizagem permite que as organizações rastreiem, filtrem, absorvam, processem, transformem e divulguem conhecimentos de uma maneira mais efetiva, permitindo uma mudança melhor, mais rápida, permitindo à organização aprimorar sua capacidade analítica sobre quais são os conhecimentos relevantes para o seu sucesso, quando isso ocorre, onde, como e porque mudar ou permanecer. (CÂNDIDO, 1998)

Nesse contexto, parte-se para o desenvolvimento da capacidade de aprender das pessoas em todos os níveis da organização, através de abordagem que aprimorem os mecanismos da aprendizagem, centrada no elemento humano pode ser realizada pelo treinamento que permite alavancar quesitos necessários para a aprendizagem entre os indivíduos e as equipes de uma organização, desafia também as crenças arraigadas nas organizações e incentiva a busca de formas alternativas de reflexão, respeito e motivação.

Motivação é definida por Robbins (2002, p. 151) como um “processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de uma determinada meta”.

Os autores citados destacam como aspecto fundamental para trabalhar a motivação, observar e estimular a criação de trabalhos em que as pessoas façam tarefas multidisciplinares sobre melhorias, pois isso é fato gerador de forças-tarefa e grupos de trabalho que objetivam mobilizar energias em atividades motivadoras e produtivas.

Destacam Prahalad e Hamel (1998, p.77) “o comprometimento é essencial para o sucesso da empresa e está inserido nas pessoas capazes de reconhecerem as oportunidades, de juntarem suas habilidades técnicas com as de outros e saber associá-las com o trabalho, tornando-se pessoas empreendedoras”.

A aprendizagem e o aperfeiçoamento obtido no treinamento levam as pessoas a fazer do aprimoramento o item principal da agenda em comunicações e decisões; incentiva a investir em benefícios de longo prazo, garante iniciativa inovadora de aprimoramento da força de trabalho, enfim, pessoalmente envolvidos nas atividades de aprimoramentos, tanto da empresa, quanto de si mesmo. (HUNT, 1994, p.22)

Essa capacidade de reconhecer as oportunidades, as ameaças e estar comprometido com a qualificação e o treinamento, faz-se aprimorar o indivíduo chamado empreendedor.

2.9 Empreendedorismo

O termo empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer: quem assume riscos e começa algo novo. Para Dornelas (2005, p. 29) o primeiro uso do termo empreendedorismo foi:

Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Pólo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor Marco Pólo, assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro, (hoje mais conhecido como capitalista), para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais.

Na Idade Média, o empreendedor era aquele que gerenciava grandes projetos de produção, sem assumir riscos utilizando-se apenas dos recursos provenientes do governo, no século XVII, os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram nessa época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou vender algum produto.

Somente mediante o processo de industrialização que ocorria no mundo durante o século XVIII, é que foi diferenciado o capitalista do empreendedor, no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes e administradores, sendo analisados apenas do ponto de vista econômico, como aqueles que

planejam, dirigem e exercem controle sobre as ações desenvolvidas nas organizações, porém a serviço do capitalista. (DORNELAS, 2005)

Segundo Dornelas (2005, p. 30) “todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter o sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor”

Acredita-se hoje que o empreendedor seja o motor da economia, um agente de mudanças, o indivíduo que faz acontecer, enxerga oportunidades para fazer negócios, está sempre otimista, acredita que tudo que imagina pode ser realizado, implementa e acompanha o desenvolvimento do empreendimento. Mas é também a sensibilidade individual para perceber uma oportunidade quando outros enxergam caos, contradição e confusão. É o possuir de competências para descobrir e controlar recursos aplicando-os da forma produtiva. (DORNELAS, 2005)

Barreto (1998, p.75) “diz que empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou do quase nada, fundamentalmente, o empreender é um ato criativo”.

Drucker (2000, p.63) “argumenta que o trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje, capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente. O empreendedor é capaz de visualizar como serão os negócios, além de pessoas normais, antecipa necessidades e identifica oportunidades não percebidas por outras pessoas”.

Aquino (1987, apud CIELO, 2001, p. 15) “define que o empreendedor é descrito como um indivíduo com bastante iniciativa agressivo para negócios, eterno farejador de oportunidades, ansioso em ser patrão”. Lança-se naquilo que gosta de fazer, sendo dinâmico e inquieto.

Segundo Farrel (1993, p.55) “o empreendedor é aquele que aprende a utilizar uma estratégia de fazer as coisas de maneira simples, básica, mas sem nunca deixar de fazê-las”.

O momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.(DORNELAS, 2005)

Diante do exposto percebe-se a importância de estudar o empreendedorismo no Brasil, tendo em vista que a maior parte dos negócios criados no país é concebida pelos micro e pequenos empresários.

2.10 Empreendedorismo no Brasil

O conceito empreendedorismo tem sido muito discutido e difundido no Brasil, nos últimos anos, principalmente a partir da década de 1990, apesar de nos Estados Unidos o termo empreendedorismo já ser conhecido e referenciado há muitos anos, portanto, não sendo nada novo ou desconhecido. (DORNELAS, 2005)

No caso brasileiro a preocupação com a criação de micro e pequenas empresas duradouras tem sido o grande estímulo para a popularidade do termo empreendedorismo. Para Dornelas (2005, p.28) “um fato que chamou a atenção dos envolvidos com o movimento de empreendedorismo no mundo e principalmente no Brasil foi o resultado do relatório executivo de 2000 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000)”.

Em todos os anos em que o Brasil vem participando da pesquisa GEM, manteve-se entre os sete países com taxas –TEA¹⁰, mais altas. Em 2004 o Brasil posicionou-se em 7.º lugar, com uma TEA de 13,5%. A TEA obtida indica uma possível reversão na tendência de queda que vinha sendo observada nos últimos três anos, o que só poderá ser confirmado após um maior número de anos de pesquisa. [...]. A alta taxa de empreendedorismo no Brasil mostra que o fenômeno não é expressivo apenas em termos percentuais. Também é em termos absolutos, o que traz consequências importantes para o dimensionamento e design de políticas e programas. (GEM, 2004, p.19)

10 Para obter a TEA do Brasil, foram aplicados questionários a uma amostra aleatória de quatro mil indivíduos, com idades entre 18 e 64 anos, garantindo um reduzido erro amostral (1,04%). O número de indivíduos entrevistados em cada região do país foi proporcional à porcentagem que a região representa na população total. Respeitaram-se também as proporções para as categorias gênero e idade.

Mas o que significa ficar em primeiro ou sétimo lugar nesse ranking? A criação de empresas por si só não leva ao desenvolvimento econômico de um país, a não ser que esses negócios estejam focando oportunidades de mercado. (DORNELAS, 2005)

Essa análise respalda-se a partir do estudo anual do GEM, onde define-se por empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade.

No empreendedorismo por oportunidade, o empreendedor sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento, visando à geração de lucros, empregos, riqueza e está ligado diretamente com desenvolvimento econômico. Já o empreendedor por necessidade, seja, falta de emprego, falta de opção, entre outras, cria negócios informalmente. (DORNELAS, 2005)

Essa criação desordenada de micro e pequenas empresas, a falta de planejamento do negócio, as dificuldades em administrar, problemas societários ou de sucessão familiar. Esses fatores, muitas vezes combinados com a falta de clientes, incapacidade de lidar com a concorrência, escassez de dinheiro e muitas outras situações que são negativas para qualquer empreendimento, resultam no fechamento prematuro de um grande número de empresas. (DORNELAS, 2005)

Dos resultados acima, conclui-se que, para incrementar o empreendedorismo no Brasil, é necessário reduzir a presença do empreendedorismo por necessidade, melhorar as condições da educação formal através do treinamento constante e desenvolver a cultura do planejamento.

2.11 A importância do planejamento e do plano de negócio

O empreendedorismo remete ao plano de negócios que é de fundamental importância no processo para empreender. Conforme apresentado no decorrer dos capítulos, os empreendedores precisam saber planejar suas ações e delinear estratégias para que sua empresa se desenvolva saudável e atinja a plenitude.

O Plano de negócios é uma ferramenta importantíssima de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de qualquer organização. Segundo Dornelas (1998, p.93) “com a explosão da *internet* no final do ano de 1999 e início de 2000, e o Programa Brasil

Empreendedor, do Governo Federal, propiciaram a disseminação do termo plano de negócios em todo o país”. No entanto o autor comenta que destacou-se apenas a sua utilidade como instrumento indispensável ao empreendedor.

Nas pesquisas apresentadas pelo Sebrae sobre as altas taxas de mortalidade das empresas no Brasil, a falta de planejamento aparece como uma das principais causas para o insucesso das empresas, seguido de deficiências de gestão, políticas de apoio insuficientes, conjuntura econômica entre outros.

[...] é notória a falta de cultura de planejamento do brasileiro, que por outro lado é sempre admirado por sua criatividade e persistência. Os fatos devem ser encarados de maneira objetiva. Não basta apenas sonhar, deve-se transformar o sonho em ações concretas, reais, mensuráveis. Para isso existe uma simples, mas para muitos tediosa, técnica de se transformar sonhos em realidade: o planejamento. (DORNELAS, 2005, p.95).

O plano de negócios pode ser elaborado para qualquer tipo de empresa, trata-se de um documento utilizado para descrever um empreendimento, demonstrando o modelo de sustentabilidade da atividade. Em seu processo de desenvolvimento o gestor da empresa desenvolve a aprendizagem e o autoconhecimento de sua atividade.

De acordo com Dornelas (2005, p.99) “pesquisa realizada por ex-alunos de administração da Harvard Business Scholl, nos Estados Unidos, concluiu que o plano de negócio aumenta em 60% a probabilidade de sucesso dos negócios”

O autor cita que desenvolvendo um plano de negócios torna-se possível:

- Entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio;
- Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas;
- Monitorar o dia-a-dia da empresa e tomar decisões corretivas quando necessário;
- Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, Sebrae, investidores, capitalistas de risco etc.;
- Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa;
- Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associações etc.).

Não existe apenas uma forma para escrever um plano de negócios, deve-se primeiramente, respeitar as particularidades de cada empresa e a que fim se destina. O importante é escrever com uma seqüência lógica que permita o leitor entender como a empresa é organizada, seus objetivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira. Em resumo, o plano de negócios pode ser escrito para atender a alguns objetivos básicos relacionados aos negócios.

Segundo pesquisa realizada por Morelli (1994, p.45) "muitas empresas não utilizam a prática de planejamento, não fazem levantamento de custos, não treinam seus recursos humanos e não empregam métodos de avaliação da produtividade, todos esses fatores internos estão intimamente relacionados com a falta de estrutura organizacional".

Pesquisa realizada pelo Sebrae Nacional (2004) evidenciou conforme tabela nº. 7 as principais causas de insucesso nas micro e pequenas empresas..

Tabela 7 – Causas de insucesso nas micro e pequenas empresas.

40%	Não utilizam práticas de planejamento de produção;
45%	Não fazem levantamento de custos;
47%	Não controlam estoques;
50%	Não adotam práticas de planejamento de vendas;
60%	Não fazem controle de qualidade;
65%	Não empregam métodos de avaliação de produtividade;
75%	Não utilizam layout planejado,
80%	Não treinam seus recursos humanos
90%	Não utilizam recursos de informática.

Fonte: Sebrae 2004

Tendo em vista a necessidade dos micro e pequenos empresários em educar-se quanto ao gerenciamento de seu empreendimento, foi criado o Sebrae, que tem por finalidade e, simultaneamente, como o seu maior desafio propiciar o fomento às empresas integrantes desse segmento empresarial, mediante o desenvolvimento e acesso ao know-how técnico-gereencial que as habilitem em seus processos de sobrevivência, expansão e diversificação dos negócios. (SEBRAE, 2004)

Essa atuação do Sebrae nas áreas de modernização da gestão, expansão de mercados, capacitação tecnológica e informação empresarial tem, nos últimos anos, acumulado

resultados expressivos aos recursos disponíveis. Por meio da capacitação oferecida pelo Sebrae, o empresário poderá conhecer mais profundamente o real significado de empreendedorismo, que diz respeito ao desenvolvimento de uma série de características comportamentais essenciais para um gerenciamento de sucesso. (SEBRAE, 2004)

A capacitação promovida pelo Sebrae referente ao empreendedorismo e a gestão de negócios são de fundamental importância para os micro e pequenos empresários que estão ativos no mercado ou pretendem abrir uma nova empresa, para conhecer técnicas de negócios, utilizar estratégias corretas no mercado competitivo, aprender a empreender, negociar e liderar pessoas e equipes. (SEBRAE, 2005)

A representatividade das microempresas no Brasil percebe-se através do Boletim Estatístico das Micro e Pequenas Empresas, realizado pelo observatório Sebrae¹¹ (1º Semestre 2005, p.11)

O número de microempresas no Brasil, entre 1996 e 2002, evoluiu de 2.956.749 para 4.605.607, com crescimento acumulado de 55,8%, passando a participação percentual no total de empresas de 93,2%, em 1996, para 93,6%, em 2002, segundo os portes de empresas, indicam que ocorreu acréscimo real somente no segmento de microempresas (nos setores da indústria e no comércio). O número das pequenas empresas em atividade entre os dois anos elevou-se de 181.115 para 274.009, com crescimento de 51,3%. Em conjunto, às micro e pequenas empresas responderam em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais.

Tabela 8 – Evolução das micro e pequenas empresas

	1996	2002
Microempresas	2.956.749	4.605.607
Pequenas empresas	181.115	274.009
Em conjunto representam	99,2%	

Fonte: Sebrae 2004

O número total de pessoas ocupadas nas microempresas passou de 6.878.964 para 9.967.201, com crescimento de 44,9% entre os dois anos, elevando a participação percentual no total de ocupações nas empresas de 31,8% para 36,2%. Quanto à participação na massa

¹¹ Foram excluídas da base de dados utilizada (IBGE e CEMPRE) as informações relativas aos órgãos governamentais e empresas agrícolas, refletindo os dados, portanto, a presença e o desempenho das empresas formais no setor privado urbano no Brasil.

total de salários, passou de 7,3%, em 1996, para 10,3%, em 2002. O total de pessoas ocupadas nas pequenas empresas passou de 4.054.635 para 5.789.875, com crescimento de 42,8%, evoluindo a participação percentual no total de empregos de 18,8% para 21,0%. As pequenas empresas aumentaram sua participação na massa de salários e rendimentos de 12,8%, em 1996, para 15,7% em 2002. (SEBRAE, 2004)

Observaram-se apenas as empresas formais, se unir com as empresas informais, identifica-se as atividades econômicas de unidades produtivas que não são avaliadas pelas bases estatísticas disponíveis. No entanto, o IBGE realiza levantamentos sobre as atividades empreendedoras informais urbanas no Brasil através da ECINF, que até o momento, realizou duas pesquisas sobre as empresas informais nos anos de 1997 e 2003, abrangendo todos os Estados e as Regiões Metropolitanas de Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Vitória, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre e Goiânia. (IBGE, 2005)

A Pesquisa de 2003 foi realizada com o apoio financeiro do Sebrae, além do planejamento do questionário suplementar utilizado nas pesquisas de campo. Conforme a definição adotada pela ECINF de atividades informais, originada nas recomendações da OIT¹², foram considerados empreendimentos informais na área urbana todos aqueles com até cinco empregados e os pertencentes a trabalhadores por conta própria, independentemente de possuírem ou não constituição jurídica. Esse conceito de informalidade procura refletir o conjunto de unidades caracterizadas por iguais modos de organização e de funcionamento, independentemente de sua condição legal. Dessa forma, uma parte das empresas constante dos levantamentos da ECINF dispõe de registro no CNPJ da Receita Federal, mas como apresentam as mesmas características organizacionais das demais unidades, como a baixa escala de produção, organização contábil simples e quase nenhuma separação entre o capital e o trabalho, podem ser analisadas em conjunto com as empresas sem registro no CNPJ. (IBGE, 2005)

A ECINF 2003 detectou a existência de 10.335.962 empreendimentos informais, representando os empregadores 12,0% desse total, sendo os demais trabalhadores por conta própria (88,0%). O número total de pessoas ocupadas em todos os empreendimentos alcançou 13.860.868. O crescimento no número de empreendimentos informais entre os dois anos foi

¹² Organização Internacional do Trabalho - OIT

de 9,1% e o de pessoas ocupadas 7,7%. Do total de empreendedores, 11,6% tinham constituição jurídica formal. Segundo o local de funcionamento das empresas, 27,2% desenvolviam atividades nos próprios domicílios, 65,1% somente fora do domicílio e 7,6% realizavam atividades nas duas situações.

As atividades econômicas preponderantes eram o comércio e reparação (32,9%), construção civil (17,5%) e indústrias de transformação e extrativa (15,8%), sendo ainda destacáveis: transportes, armazenagem e comunicações (8,0%), serviços coletivos, sociais e pessoais (7,9%), serviços de alojamento e alimentação (7,0%) e atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas (6,3%).

Percebe-se através das estatísticas apresentadas a importância dessas empresas formais e informais para o desenvolvimento da economia brasileira. Outro aspecto que influencia diretamente no desenvolvimento da economia é a de parte desses empreendedores nas exportações relacionadas às micro e pequenas empresas.

2.12 Exportações das Mpes Industriais (1998 – 2003)

Conforme o Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas, elaborado pelo Sebrae (2005, p.64-67) “os dados das exportações foram extraídos do Boletim Desempenho Exportador das Micro e Pequenas Empresas Industriais Brasileiras. Os levantamentos das exportações das MPE foram realizados para o Sebrae pela Funcex¹³, com informações para o Brasil e os Estados”.

O número de pequenas empresas industriais exportadoras foi de 4.375 em 2003, alcançando valor exportado de US\$ 1.382,8 milhões, representando participação de 2,2% nas exportações totais das empresas industriais. O valor médio exportado alcançou US\$ 316,1 mil.

Os principais setores de atividade na exportação são: fabricação de produtos de madeira, máquinas e equipamentos, mobiliário, produtos químicos e couros e calçados. Quanto à frequência exportadora também ocorreu forte ampliação do número de empresas que apareceram nos registros estatísticos em todos os anos desde que se iniciaram na atividade, aumentando de 1.410, em 1998, para 2.899, em 2003, revelando maior persistência

¹³ Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior - Funcex

exportadora. Com relação ao destino das vendas, 27,0% foram exportados para países da América Latina, sendo que praticamente o dobro (53,3%) foi destinado aos mercados dos Estados Unidos, Canadá e União Européia.

As micro e pequenas empresas industriais exportaram US\$ 132 milhões e US\$ 1.383 milhões em 2003, respectivamente, o correspondente a 0,2% e 2,2% das exportações da totalidade das empresas industriais no ano — em conjunto responderam por cerca de 2,0% total das exportações do país. Tais cifras refletem crescimento de 4,8% e de 13,0% do valor exportado por esses estratos de empresa na comparação com 2002, taxas sem dúvida significativas, mas ainda assim, inferiores às associadas às empresas de maior porte: 19,6% das grandes empresas e 24,3% das médias empresas.

O número de empresas exportadoras segundo classes de tamanho, bem como o valor médio das exportações das empresas de cada uma dessas classes. No caso do número de empresas, as variações observadas em 2003 são pouco expressivas e se compensam no âmbito das micro e pequenas empresas. No caso do valor médio das exportações, o crescimento das micro e pequenas empresas em 2003 (6,7% e 10,4%) é expressivo mas, mais uma vez, bastante inferior ao das empresas de maior porte.

No caso das micro empresas em 2003, 30% das empresas que exportaram estavam estreando no comércio exterior; essas empresas estreantes responderam por 21% das exportações das microempresas. No caso das pequenas empresas, a participação é menos relevante: 12% das empresas estavam exportando pela primeira vez, sendo empresas responsáveis por apenas 5% das exportações das pequenas empresas. Observe-se que o número de empresas estreantes e o valor de suas exportações oscilaram ligeiramente no último quinquênio, mas corresponde hoje a uma parcela menor do número de empresas exportadoras, respondendo por uma percentagem do valor das exportações também inferior.

As cinco divisões (dentre as 27 que compõem a CNAE) com maior volume de exportações de micro e pequenas empresas concentram 55% e 59% das vendas dessas classes de empresa no mercado externo, respectivamente. É expressiva a coincidência entre as principais divisões exportadoras em ambos os casos. As três principais divisões coincidem — os produtores de máquinas e equipamentos, de produtos de madeira e de móveis.

Respondendo por pouco mais de 40% do valor das exportações de cada um dos dois estratos. É também comum aos dois estratos a “preparação de couros e fabricação de artefatos de couro, artigos de viagem e calçados”. Diferem, na lista de cinco principais divisões exportadoras, apenas a “confecção de artigos do vestuário e acessórios”, presente na quinta posição no caso das microempresas, e a “fabricação de produtos químicos”, incluída na quarta posição no caso das pequenas empresas.

A importância relativa das exportações das empresas de menor porte nas diversas unidades da Federação. Sebrae (2004, p.19) “desse ponto de vista, cabe focalizar aqui os casos em que a participação das micro e/ou pequenas empresas no total das exportações do estado é superior à participação do estrato no total das exportações das empresas industriais do país”. Dentre tais casos, é possível distinguir três situações: A primeira corresponde aos estados em que a importância relativa das empresas de menor porte está associada a um volume anual de exportações das empresas industriais inferior a US\$ 100 milhões e à pequena relevância de empresas de maior tamanho. Esse é o caso do Acre, Roraima, Rondônia e Piauí nos dois estratos e de Amapá, Sergipe e Distrito Federal na classe das pequenas empresas.

Tal situação reflete menos o dinamismo das empresas de menor porte do que a baixa performance exportadora das empresas industriais do estado. Uma segunda situação que difere apenas em grau da primeira corresponde a unidades da federação em que o conjunto das empresas industriais exporta anualmente entre US\$ 150 e US\$ 400 milhões e inclui Mato Grosso e Mato Grosso do Sul nos dois estratos e Rio Grande do Norte, Paraíba e Pernambuco no caso das pequenas empresas. Por fim, a terceira situação é aquela dos três estados da Região Sul (Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Paraná) e também do Pará. Nesse caso, o melhor desempenho relativo das micro e pequenas empresas quando comparado à participação desses estratos no total das exportações das empresas industriais do país está associado a um genuíno dinamismo exportador das empresas de menor porte.

As exportações apresentam concentradas nos Estados de São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais, 76% das exportações das pequenas empresas e por 80% das vendas das microempresas no exterior. Reflete, a própria concentração das exportações das empresas industriais no país como um todo. Os estados exportadores (quatro dos cinco citados, e o Rio de Janeiro que substitui Santa Catarina por pequena margem) são responsáveis por mais de 70% das vendas no mercado externo.

Diante de todas as análises expostas pode-se concluir que o sucesso ou fracasso das micro ou pequenas empresas depende fundamentalmente de uma boa administração; entretanto, a boa administração não se resume ao agrupamento das atividades diárias do proprietário-gerente, ela também inclui as atividades, percepções, pensamento, conhecimento, análise de mercado, planejamento, empreendedorismo e capacitação.

Essa capacitação, treinamento, aprendizagem para apreender a empreender adquire-se através do órgão mais indicado e preparado para essas orientações aos micro e pequenos empresários o Sebrae.

2.13 O Sebrae Nacional

A industrialização do Brasil, iniciada nas últimas décadas da primeira metade do século XX, demandou uma política de capacitação profissional para atender às necessidades da industrialização. Para tanto, foram criadas as Escolas Técnicas Federais (pelo Governo) e as unidades de serviço ligadas às federações patronais. Assim, em 1942 foi criado o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), em janeiro de 1946. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) também foi criado por Lei Federal, em 1990. O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), em 1991 e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SENAT), em 1993. Essas instituições, comumente denominadas de Sistema S.

Como o objeto desse estudo tem como propósito analisar o conhecimento dos micro e pequenos empresários de São Luís/MA sobre o Sebrae, seus produtos e serviços, abordaremos somente o que é inerente ao Sebrae extraindo as demais instituições citadas acima.

O Sebrae se auto-define como: “uma instituição técnica de apoio ao desenvolvimento da atividade empresarial de pequeno porte, voltada para o fomento e difusão de programas e projetos que visam à promoção e ao fortalecimento das micro e pequenas empresas” (SEBRAE, 2005)

Igualmente, identifica o seu propósito como sendo o de trabalhar de forma estratégica, inovadora e pragmática para fazer com que o universo dos pequenos negócios no Brasil tenha

as melhores condições possíveis para uma evolução sustentável, contribuindo para o desenvolvimento do país como um todo. (SEBRAE, 2005)

Foi criado por Lei Federal do Poder Executivo em consonância com as confederações representativas das forças produtivas nacionais.

Sua administração é efetuada pela iniciativa privada e se constitui em um serviço social autônomo, isto é: “uma sociedade civil sem fins lucrativos [...]” embora operacionalmente, trabalhe em sintonia com o setor público, não está vinculado à estrutura da administração pública federal. (SEBRAE, 2005)

A instituição, todavia, é o resultado de uma decisão política da cúpula empresarial e do Estado, que se associaram para criá-la e cooperam na busca de objetivos comuns. Assim, O Sebrae é uma entidade empresarial voltada para atender ao segmento privado, embora desempenhe função pública e tenha sempre em consideração as necessidades do desenvolvimento econômico e social do País (SEBRAE, 2005)

2.13.1 História do Sebrae Nacional

Apesar de existir como instituição desde 1972, a história do Sebrae começa bem antes, no início dos anos 60. (SEBRAE, 2005)

Em 1964, o então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), hoje Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), institui o Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa (FIPEME).

O FIPEME torna-se unidade operacional com a reestruturação do banco, quando também é criada a FUNTEC, atual FINEP¹⁴. O FIPEME e a FUNTEC formavam o Departamento de Operações Especiais do BNDE, no qual foi montado um sistema de apoio gerencial às micro e pequenas empresas. Identificou-se, por pesquisa, que a má gestão da

¹⁴ Empresa pública criada em 24 de julho de 1967, para institucionalizar o Fundo de Financiamento de Estudos de Projetos e Programas, criado em 1965. Posteriormente, a FINEP substituiu e ampliou o papel até então exercido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e seu Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico (FUNTEC), constituído em 1964 com a finalidade de financiar a implantação de programas de pós-graduação nas universidades brasileiras.

empresa estava diretamente relacionada com os índices de inadimplência nos contratos de financiamento celebrados com o BNDE. (SEBRAE, 2005)

Em 1967, a Sudene institui, nos Estados do Nordeste, no âmbito das universidades, os Núcleos de Assistência Industrial (NAI), voltados para dar assistência gerencial às empresas de pequeno porte.

Em 17 de julho de 1972, após a realização do II CONCLAP¹⁵, em que se discutiu o processo de desenvolvimento do Brasil, e por iniciativa do BNDE e do Ministério do Planejamento, foi criado o CEBRAE¹⁶. Nasce, formalmente, a instituição, dentro da estrutura do Ministério do Planejamento, oriunda de iniciativas de apoio aos pequenos estabelecimentos realizados no Nordeste e no BNDES.

O Cebrae foi criado com um Conselho Deliberativo formado pela FINEP, ABDE¹⁷ e o próprio BNDE, iniciando a sua atuação através do credenciamento de várias entidades estaduais já existentes. Dois anos depois, em 1974, o Sistema Cebrae já contava com 230 colaboradores, dos quais apenas sete no núcleo central, e estava presente em 19 estados.

2.13.2 Evolução do Sebrae Nacional

Nos primeiros 15 anos de existência o Cebrae passou por várias fases. Cada administração procurava imprimir um ritmo diferente de trabalho buscando cada vez mais a eficiência do Sistema através de seus agentes à época.

Já em 1977, o Cebrae operava programas específicos para as pequenas e médias empresas. Em 1979, havia formado 1.200 consultores para as micro, pequenas e médias empresas.

A partir de 1982, o Cebrae passou por uma nova fase, atuando mais politicamente junto às micro, pequenas e médias empresas. É nessa época que surgem as associações de empresários com força de atuação junto ao governo. É quando o setor passa a reivindicar mais atenção governamental para seus problemas e o Cebrae serve como canal de ligação entre as

¹⁵ Conselho Superior das Classes Produtoras (CONCLAP)

¹⁶ Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (CEBRAE)

¹⁷ Associação dos Bancos de Desenvolvimento - ABDE

empresas e os demais órgãos governamentais no encaminhamento das questões ligadas aos pequenos negócios.

Em 1982, trabalhava-se com diagnósticos integrados, como o Diagnóstico Integrado do Setor Comercial. É dessa época o surgimento dos programas de desenvolvimento regional. Investiu-se muito em pesquisa para elaboração de diagnósticos setoriais que fundamentassem a ação dos Estados. O trabalho de pesquisa ficou tão intenso que se transformou numa diretoria. Dentro da estrutura, o órgão central tinha a responsabilidade de analisar e aprovar ou não o orçamento/programa de agentes dos Estados. A equipe técnica era de analistas dos projetos, que também eram acompanhados através de uma programação trimestral de visitas aos agentes e aos clientes do Cebrae.

A organização funcionava como sistema, com interação intensa entre o órgão central e os agentes. Promoviam-se, trimestralmente, encontros com os dirigentes regionais para trocar idéias, experiências e metodologias. No Governo Sarney e no Governo Collor (1985-1990), o Cebrae enfrentou uma operação desmonte. Mudou-se do Planejamento para o MIC¹⁸. Havia uma grande instabilidade orçamentária. Muitos técnicos deixaram a instituição. Em 1990, o Cebrae quase fecha. Foram demitidos 110 profissionais, o que correspondia a 40% do seu pessoal. (SEBRAE, 2005).

O Cebrae transforma-se em Sebrae em 9 de outubro de 1990, pelo decreto 99.570, que complementa a Lei 8.029, de 12 de abril, que desvinculava o Cebrae da administração pública, transformando-o em serviço social autônomo. O SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, trabalha pelo desenvolvimento sustentável das empresas de pequeno porte. Para isso, a entidade promove cursos de capacitação, facilita o acesso ao crédito, estimula a cooperação entre as empresas, organiza feiras e rodadas de negócios e incentiva o desenvolvimento de atividades que contribuem para a geração de emprego e renda. São centenas de projetos gerenciados pelas Unidades de Negócios e de Gestão do SEBRAE.

Segundo dados do IBGE¹⁹, o SEBRAE atua no Brasil inteiro, por meio de unidades nos 26 estados e no Distrito Federal, que formam um sistema de ampla capilaridade, com 600

¹⁸ Ministério da Indústria e Comércio - MIC

¹⁹ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - 1999

pontos de atendimento, do extremo norte ao extremo sul. Tamanha capilaridade pode dar a impressão de tratar-se de uma Instituição de grande porte. Mas, diante do universo brasileiro das micro e pequenas empresas, essa impressão é falsa, veja os dados do IBGE (2002):

- Em conjunto às micro e pequenas empresas respondem por 99,2% do número total de empresas formais;
- Representam 57,2% dos empregos;
- A massa salarial apresentou incremento real de 57,3% nas microempresas e 37,9% nas pequenas empresas

Esse é o mundo legalizado, juntam-se a ele 10.335.921 empresas informais que ocupavam 13.860.868 pessoas, incluindo trabalhadores por conta própria, pequenos empregadores, empregados com e sem carteira de trabalho assinada, além dos trabalhadores não-remunerados. (IBGE, 2003)

O SEBRAE busca criar, por vários mecanismos (capacitação, mobilização, disseminação do empreendedorismo e do associativismo, entre outros), um ambiente favorável a sustentabilidade e a ampliação dos pequenos negócios.

2.13.3 Objetivos Estratégicos do Sebrae

- Incrementar a contribuição das MPE na produção Nacional, elevando sua participação nos mercados interno e externo.
- Aumentar a participação das MPE e empreendedores em redes, intensificando a cultura do empreendedorismo e da cooperação.
- Articular políticas públicas e outros mecanismos que viabilizem o desenvolvimento, a sustentabilidade e o incentivo à formalização dos pequenos empreendimentos.
- Promover a inclusão social pela via do empreendedorismo.
- Priorizar o foco em arranjos produtivos locais no desenvolvimento dos pequenos empreendimentos.
- Promover um ambiente interno saudável e cooperativo, mantendo os colaboradores permanentemente atualizados e comprometidos com resultados.
- Tornar visível, junto à sociedade, a forma e os resultados da atuação do Sebrae.

- Sistematizar o conhecimento do universo dos pequenos empreendimentos e o relacionamento com os clientes e parceiros, para articular e prover soluções adequadas.
- Ampliar a captação de recursos de forma a alavancar os benefícios para os pequenos empreendimentos.
- Elevar os padrões de desempenho operacional do Sistema SEBRAE.

2.13.4 As macro diretrizes do Sebrae

- Que as diretrizes propostas dêem respostas objetivas quanto a: emprego, inclusão social, melhoria das condições de vida da população de baixa renda, acesso ao crédito.
- Que sejam considerados, com relação ao acesso ao crédito, aspectos como: universalização, simplificação dos processos e adequação às necessidades das MPE.
- Que se considere no ambiente externo ao Sistema SEBRAE: questões tributárias, previdenciárias e trabalhistas, ou seja, como o Sistema se posiciona frente as possíveis reformas anunciadas.
- Que as ações decorrentes do próprio Planejamento sejam mais “focadas” nas necessidades das MPE, contemplando todos os setores produtivos.
- Que se considere a inovação tecnológica e a educação empreendedora como fatores primordiais para o aumento da competitividade das MPE, no sentido mais amplo dos conceitos.
- Que se proponham iniciativas de promoção de acesso a mercados sem elitização para as MPES.
- Que nas propostas de ações advindas do planejamento se considere a agilização nos processos internos de tramitação, de decisão e implementação.
- Que se leve em conta à qualidade do gasto.
- Que se definam, a priori, os indicadores (qualitativos e quantitativos) e sistemas de acompanhamento e avaliação dos programas/projetos quanto à consecução das prioridades e resultados junto as MPES.
- Que seja sistematizado, de forma contínua, o processo de planejamento estratégico do Sistema Sebrae.

2.14 Sebrae Maranhão

O SEBRAE Maranhão faz parte de um sistema criado em 1972 - Cebrae vinculado ao Governo Federal. A partir de 1990, a entidade desligou-se do setor público, transformando-se num serviço social autônomo, denominado Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae. Na realidade, este foi o primeiro organismo afinado com o antigo Programa Nacional de Desestatização, embrião de uma nova prática de gestão de determinados serviços controlados pelo Estado, ou seja, a privatização.

Formalmente, trata-se de uma entidade civil sem fins lucrativos, criada pela Lei número 8.029, de 12 de abril de 1990, regulamentada pelo Decreto número 99.570, de 9 de outubro de 1990, posteriormente, alterada, pela Lei número 8.154, de 28 de dezembro de 1990.

O Sebrae/MA consolidou-se como uma entidade composta por representantes da iniciativa privada e do setor público. Essa parceria visa sintonizar as ações que buscam estimular e promover as empresas de pequeno porte com as políticas nacionais de desenvolvimento econômico e social do país.

Constituiu-se, portanto, uma ferramenta prática, com múltiplas funções que capacita os pequenos empresários a fim de obterem as condições necessárias para crescer e acompanhar o ritmo de uma economia mais aberta e competitiva. A missão da entidade define bem sua função e objetivos. Desenvolver e consolidar a força empreendedora do Estado voltada para o segmento dos pequenos negócios, contribuindo para o desenvolvimento do Maranhão e do País.

2.14.1 História do Sebrae Maranhão

Tendo como órgãos fundadores o Banco de Desenvolvimento do Estado do Maranhão (BDM), a Associação Comercial do Maranhão (ACM), a Secretaria de Planejamento do Estado do Maranhão (SEPLAN), a Fundação Universidade Federal do Maranhão (FUM) e a Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (FIEMA).

Foi criado em 30 de março de 1973 o Núcleo de Assistência Empresarial do Maranhão (NAE/MA), funcionando até então, como um departamento do BDM, com a denominação de Núcleo de Assistência Industrial - NAI, transformou-se em 30 de março de 1973, em Sociedade Civil sem fins lucrativos, cognominada Núcleo de Assistência Empresarial do Maranhão com a finalidade de executar no Estado, a política de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas, coordenada a nível nacional pelo Centro Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas - Cebrae.

Em novembro de 1977, em consonância com a política do Cebrae no sentido de unificar as nomenclaturas dos seus agentes estaduais o NAE/MA alterou sua razão social, passando a Centro de Apoio à Pequena e Média Empresa do Maranhão. Outra alteração na Estrutura Organizacional do CEAG/MA, ocorreu em 08.05.1987, quando os membros do Conselho Deliberativo aprovaram o novo Estatuto Social, criando a Secretaria Executiva do Órgão, composta de um Secretário Executivo, Secretário Adjunto de Operações e Secretário Adjunto Administrativo/Financeiro.

Com a criação da Secretaria Executiva, o CEAG/MA ficou desvinculado administrativamente do BDM, visto que até então o Presidente do CEAG, por força estatutária era o Presidente do Banco de Desenvolvimento do Estado do Maranhão. Ainda na reunião de 08 de maio, deixou de constar na denominação do CEAG a palavra Estado, passando então a Centro de Apoio à Pequena e Média Empresa do Maranhão.

Essa modificação objetivou caracterizá-lo e identificá-lo cada vez mais, como uma Entidade Típica, sem vinculação de natureza administrativa com o poder administrativo estadual. Em 1990 processa-se uma nova transformação no órgão, este se desvincula da Administração Pública Federal, passando a caracterizar-se como serviço social autônomo e a denominar-se Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae.

A execução das ações do Sebrae a partir dessa data, ficou a cargo de agentes estaduais identificados pelo nome Sebrae, seguida da sigla da Unidade Federativa correspondente.

Como toda organização, o Sebrae/MA precisa de capital para cobrir os custos decorrentes de suas atividades operacionais e administrativas. A maior parte dos recursos corresponde à contribuição compulsória de 0,3% calculada sobre o total da folha de salários

das empresas. Esse dinheiro é recolhido aos cofres públicos, mais precisamente ao Instituto Nacional de Seguridade Social - INSS, que, posteriormente, repassa ao Sebrae conforme determina o artigo 8º, parágrafo 3º da Lei número 8.029, sendo, 40% do compulsório vão para as unidades estaduais e do Distrito Federal; 50% ficam com o Sebrae e os 10 % restantes compõe uma reserva técnica da entidade.

Outra fonte de renda vem da cobrança dos serviços prestados aos clientes. Não há dúvidas de que hoje, nenhuma organização moderna consegue ultrapassar barreiras e vencer desafios sem a parceria de colaboradores motivados, treinados e comprometidos com seus objetivos. A montagem desse capital tem um custo mas, sem a sua contribuição, não existe empresa.

2.14.2 Serviços e Produtos oferecidos pelo Sebrae/Ma

São diversos os produtos e serviços oferecidos pelo Sebrae/MA, no entanto serão citados apenas os que estão em vigor no momento e encontram-se disponível para consulta detalhada no site.

1) Programa Sebrae de Consultoria Tecnológica (SEBRAETEC).

O Programa Sebrae de Consultoria Tecnológica (SEBRAETEC) é um produto que permite às micro e pequenas empresas e empreendedores acessar os conhecimentos tecnológicos existentes e disponíveis nas instituições de ciência, tecnologia e inovação do país, por meio de subsídio aos custos dos serviços de consultoria tecnológica. O SEBRAETEC pode apoiar as MPEs a tornarem-se mais competitivas através de processos de soluções tecnológicas e clínicas tecnológicas.

2) Programa Tecnologia Industrial Básica (SEBRAETIB).

O Projeto SEBRAETIB²⁰ visa conscientizar às micros e pequenas empresas para a importância da tecnologia como suporte essencial à produção de bens e serviços, adequados a mercados cada vez mais competitivos, estimulando o acesso das mesmas a infra-estrutura tecnológica existente, disponibilizando informações e serviços tecnológicos direcionados para

²⁰ Tecnologia Industrial Básica -TIB

esse segmento, através de ações de sensibilização, capacitação, consultoria e de viabilização do acesso organizado à infra-estrutura de serviços laboratoriais e de Informação Tecnológica.

Destina-se as MPEs que buscam a melhoria na produção de bens e serviços, através do acesso as tecnologias disponíveis para adequar-se ao mercado. Compreende as áreas de normalização, avaliação da conformidade, metrologia, propriedade intelectual e informação tecnológica, denominadas como infra-estrutura básica para o desenvolvimento tecnológico. Os custos serão rateados entre o Sebrae e os clientes, cabendo a cada um 50% do investimento total.

3) Programa de Eficiência Energética

Objetivo do Programa Eficiência Energética é aumentar o nível de competitividade das MPEs através da eliminação de desperdícios de energia e otimização de desempenho de equipamentos e instalações. Este Programa é executado em parceria com diversas instituições.

Em módulos independentes, as ações do Programa trazem modelos gerenciais e instrumentos tecnológicos para criar uma cultura de uso eficiente de energia nas micro, pequenas e médias empresas brasileiras. As ações do Programa Eficiência Energética são: palestras de apresentação das ferramentas de gestão para o uso racional de energia. Auto-avaliação do uso de energia – possibilita a identificação dos pontos críticos, além de verificar o potencial de otimização do uso de energia nas empresas. Avaliação de pontos críticos – através de visita do agente de energia, realiza-se análise detalhada dos pontos críticos. Recomenda-se um conjunto de ações para implementação e alcance dos objetivos iniciais.

Curso de Eficiência Energética nas MPEs – O curso é destinado a empresários, interessados em ter conhecimento de instrumentos capazes de tornar os processos de produção de bens e serviços mais eficientes, nos segmentos de indústria, comércio, serviços e agricultura.

4) Programa de Design

Objetivo do Programa SEBRAE de Design é elevar a competitividade das MPE's no mercado nacional e internacional agregando valor aos produtos e serviços por intermédio do

design conscientizar a sociedade sobre o conceito e a importância do design, apoiar o desenvolvimento do design no país e sua inserção no processo produtivo, fortalecendo alianças entre a oferta e a demanda, otimizar o processo produtivo das MPE's visando a redução do custo final e o incremento da qualidade dos produtos e serviços.

5) Programa de Incubadora de Empresa

Trata-se de ambiente especialmente planejado para acolher micro e pequenas empresas nascentes e em operação, que buscam a modernização de suas atividades, agregando tecnologias, de forma a transformar idéias em produtos, processos e serviços, esse local foi criado para abrigar empreendedores e micro e pequenas empresas constituídas ou em constituição durante um prazo determinado. Exemplo: A incubadora oferece aos novos empreendedores o local, secretária, serviços de Internet, água, luz, mas o principal é a capacitação gerencial e tecnológica e com foco no mercado, elementos chaves para o sucesso no mundo dos negócios.

Os objetivos do Programa Sebrae de Incubadoras são: desenvolver a cultura de incubadoras no país, atender, integralmente e de forma diferenciada, às necessidades das empresas incubadas, fortalecer as parcerias para um maior comprometimento com o Programa, criar condições para que as empresas apoiadas pelo Programa tornem-se competitivas.

6) Programa de Alimentos Seguros - PAS

O PAS é um programa que tem como objetivos disseminar e apoiar a implantação das Boas Práticas e o Sistema de análise de perigos e pontos críticos de controle nas empresas de alimentos e alimentação, em todo o país. O PAS contribui para:

- Aumentar a segurança na produção e a qualidade dos alimentos produzidos para a população brasileira;
- Contribuir para o incremento da exportação de alimentos;
- Conscientizar tanto as empresas quanto a população brasileira da importância da alimentação segura;

- Produzir a informação e o conhecimento necessário para a capacitação das empresas na implantação das Boas Práticas e do sistema APPC (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle);
- Atingir todos os segmentos da cadeia de produção de alimentos em todo o país.

O PAS pode ser aplicado em qualquer Centro de Resultados que tenha ações voltadas para atividades que produzam ou transformem alimentos como: Ovinocaprinocultura, Leite e Derivados, Fruticultura, Horticultura etc. Os investimentos para implantação do Programa de Alimentos Seguros serão subsidiados pela SEBRAETEC, até 70%, independente do número de empresas.

7) Programa de Aqüicultura

Destina-se a melhoria da competitividade e eficiência de cadeias aquícolas, com ênfase na participação das empresas de pequeno porte neste processo. A metodologia do Programa Sebrae Aqüicultura tem como base a atuação em todos os segmentos que compõem uma cadeia produtiva. Ela ocorre através da identificação, análise, proposição e execução de melhorias, monitoramento e avaliação dos resultados alcançados.

Elaborado para as micro e pequenas empresas e empreendedores que trabalham no cultivo e criação de organismos que tem a água como mais freqüente meio de vida, preferencialmente inseridas em arranjos produtivos. Os investimentos para consultoria tecnológica serão viabilizados através do SEBRAETEC da seguinte forma, de 1 a 2 empresas 50% de 3 a 4 empresas 60% e 5 ou mais empresas 70%.

8) Programa de Ecoeficiência

É um programa que permite às micro e pequenas empresas serem mais competitivas, inovadoras e ambientalmente responsáveis, objetivando empreender ações para a minimização de perdas e desperdícios nos seus processos produtivos. Sensibilizando empresários para a importância da preservação ambiental como elemento fundamental para sustentabilidade dos pequenos negócios. Procura apontar as diversas oportunidades advindas dos novos nichos de mercado criados a partir das tendências de consumo de produtos e serviços ecologicamente corretos.

O Programa Sebrae de Ecoeficiência pode ser implantado em qualquer Centro de Resultados que tenha ações voltadas para inserção de tecnologia e acesso a mercados, como Caranguejo, Móveis, Turismo, Leite e Derivados.

9) Programa de Compras Governamentais

O Programa de Compras Governamentais consiste numa série de ações integradas pelo Sebrae, Governo do Estado e outros parceiros para viabilizar a venda de produtos e serviços ao Governo do Estado. Atua diretamente nos seguintes aspectos: não adianta o fornecer ter crédito se a empresa não estiver apta a atuar de forma eficiente e competitiva. A capacitação envolve treinamento para todas as partes envolvidas, inclusive compradores do Governo e das grandes empresas.

O decreto 17.870 de 11 de abril de 2001 dispõe sobre procedimentos nas licitações realizadas na modalidade de convite. Através do mesmo decreto instituiu-se a Central de Informações de Compras do Estado do Maranhão (CICG), responsável por gerenciar os procedimentos para coleta e disseminação das informações relativas às contratações de bens e serviços na modalidade convite, funcionará em local de acesso ao público onde os interessados poderão obter todas as informações sobre o objeto das futuras contratações. Os órgãos e entidades da Administração Pública Estadual deverão encaminhar à Comissão Permanente de Licitação os seus avisos de licitações de Compras e Serviços. A comunicação deverá ser encaminhada no prazo mínimo de dez dias úteis antes da data da realização das licitações.

Os Bancos do Brasil, CEF, BEM e Banco do Nordeste apresentaram as linhas de crédito para financiarem as MPE's nas licitações. Apesar do Governo do Estado ter desburocratizado o processo de licitação através do decreto 17.870, os bancos exigem diversos documentos já dispensados pelo Governo. Exigem, inclusive, garantias que poderiam ser substituídas pela carta de empenho fornecida aos vencedores. As taxas de juros cobradas nestas linhas de financiamento ainda são altas. O Programa representa uma oportunidade excepcional para alavancar investimentos, ampliar a capacitação tecnológica, humana e de gestão empresarial, criar empregos e elevar o nível renda. Significa um passo importante no sentido de democratizar oportunidades e promover transparência na aplicação dos recursos públicos.

10) Programa Consórcio de Exportação

Trata-se do conjunto de empresas com interesses comuns que se agrupam e se organizam em torno de uma entidade estabelecida juridicamente, para promover o acesso de seus produtos e serviços no mercado internacional. A entidade será constituída na forma de uma sociedade civil sem fins lucrativos, na qual as empresas produtoras tenham trabalho conjugado e em cooperação com vistas aos objetivos comuns de melhoria da oferta exportável e de promoção de exportações.

Os Consórcios de Exportação tem sido a saída mais inteligente para a maioria das empresas de pequeno porte atuar na exportação. Por meio dos consórcios, as pequenas empresas poderão otimizar seus esforços de produção e comercialização de produtos no mercado internacional.

Os consórcios servem para dar padrão de qualidade aos produtos da empresas participantes, permitem maior especialização de cada uma delas, permite a utilização de equipamentos modernos que individualmente elas não poderiam adquirir. Adicionalmente, tendo como foco a empresa, os consórcios possibilitam trabalhar com segmentação setorial em cadeias produtivas complexas.

Têm por finalidade promover as exportações das empresas consorciadas. Este tipo de consórcio tem seu foco na ação de promoção comercial dos produtos das empresas participantes, pois são elas que realizarão diretamente a exportação, ou seja, o consorciado é o exportador.

Esta forma de consórcio é mais recomendada quando as empresas que desejem consorciar-se já tenham alguma experiência autônoma em exportação ou exportam com certa regularidade ou estejam organizadas com pessoal e/ou estrutura própria.

11) Programa de Caravana e Missão Comercial

Caravanas são instrumentos de prospecção de negócios, formados por grupos de empresários ou executivos que se organizam para visitar, a negócios, outras regiões ou países,

com a finalidade de conhecer e trocar experiências, fazer intercâmbio comercial e realizar negócios.

Os empresários de micro e pequenas empresas têm valorizado as viagens nacionais e internacionais, como forma de interação nesse atual mercado globalizado, como meio de agilizar os processos de identificação de oportunidades de negócios e para atualização quanto às inovações tecnológicas pertinentes ao seu setor de atuação. As viagens podem ser para participação ou visitação a feiras, rodadas ou encontros de negócios, visitas técnicas e outros tipos de eventos empresariais destinados à promoção de negócios.

Entre os empresários que estão em busca de novos contatos e que têm pouco conhecimento do mercado e pouca experiência nessa forma de atuação, as viagens em grupo proporcionam inúmeras vantagens, principalmente, quando organizadas e apoiadas por associações ou organizações que possuem poder de articulação entre diversas entidades locais e estrangeiras, facilitando contatos e oferecendo maiores benefícios a custos minimizados.

12) Programa de Feiras

Instrumento de promoção, divulgação e / ou comercialização de produtos ou serviços, de realização temporária, que congrega compradores e vendedores de diferentes locais de origem, interessados em realizar negócios. Há um constante crescimento do mercado de feiras, ampliando e sofisticando sua infra-estrutura. A cada ano mais empresas participam das feiras, apostando no segmento como gerador de grandes negócios, além de ser uma grande ferramenta de promoção de reunião de profissionais de um mesmo setor, criando um ambiente propício para a troca de idéias e transferência de tecnologia.

O encontro de quem quer vender com quem quer comprar gera negócios fabulosos. Participar de uma feira de negócios é a ação de marketing mais objetiva que uma empresa pode realizar para se mostrar ao mercado, estreitar laços com seus clientes e prospectar novos parceiros. Estar numa feira é uma oportunidade única para o intercâmbio de idéias e a atualização profissional.

Mesmo com os avanços das comunicações e com a internet facilitando incrivelmente a comunicação e a troca de idéias, nada substitui o contato 'pessoal' que uma feira proporciona.

Sem dúvidas, as feiras serão as únicas oportunidades para conversar diretamente, olho no olho, com um grande número de clientes em um período reduzido. Essa receita imbatível de negócios faz com que o setor cresça em ritmo acelerado.

São eficazes instrumentos na promoção comercial, as quais proporcionam imediata apresentação do produto ou serviço, ao vivo e diretamente, multiplicando contatos e possibilidades de negócios e vendas, além de permitirem aprofundar os conhecimentos em relação ao mercado e suas tendências. São inúmeros os benefícios e vantagens das feiras, como: oportunidades de comercialização, de prospecção tecnológica e de conhecimento da concorrência; abertura de novos mercados; adequação do produto; estudo da concorrência; vendas imediatas.

É importante avaliar alguns critérios básicos para escolher uma feira para participação. É preciso ser claro e bem definidos os objetivos da empresa, as características dos produtos ou serviços e os seus mercados alvo. As feiras não podem ser vistas como um fim, mas como um meio para promoção comercial, relacionamento com agentes comerciais e abertura de novos canais de comercialização.

13) Programa Central de Negócio

É uma entidade de base associativa voltada para a busca de soluções conjuntas junto ao mercado. Os objetivos de uma Central de Negócios são promover e ampliar o acesso a mercados.

É uma ação decorrente de um processo coletivo. Como exemplo de algumas ações coletivas, podemos citar compras conjuntas, vendas conjuntas, marketing conjunto, consultoria coletiva, central de informações de mercado.

14) Orientação Empresarial

Na orientação empresarial o empresário terá informações que o auxiliarão a criar e gerenciar sua empresa, tais como: Registro de Empresa; Legislação; Orientação para o Crédito com simulador financeiro; Palestras Gerenciais; Livraria; Biblioteca; Videoteca; Serviço de Resposta Técnica; Balcão Itinerante; Informações Diversas; Atendimento Presencial e Links institucionais.

Estes foram os serviços e produtos disponíveis no momento. O Sebrae/MA, desenvolve suas atividades através de um planejamento chamado plurianual. Tema de nosso próximo assunto.

2.14.3 Sebrae Maranhão - Plano Plurianual - (2006-2008)

O Sebrae/MA implantou o processo de Planejamento Plurianual a partir da elaboração do PPA²¹ (2005-2007), com orientação metodológica do Sebrae/NA.

Esta atividade foi baseada no novo modelo de gestão proposto para todo o sistema Sebrae, denominado de Gestão Estratégica Orientada para Resultados, e sua aplicação no Sebrae/MA se desenvolveu em um clima de profunda mudança cultural.

O PPA (2006-2008) foi elaborado em cima dessa experiência com acréscimo das lições aprendidas e ajustes realizados na execução das atividades de 2005. Sua construção baseou-se nos princípios de transparência, simplicidade e participação de toda Diretoria, gerentes e gestores de projetos, com objetivo de ampliar sua credibilidade e efetividade no alcance dos resultados relevantes para a sociedade, clientes e parceiros.

Nesse sentido, os trabalhos foram realizados conforme as etapas a seguir:

- Agenda Estratégica realizada a partir de entrevistas com dirigentes de Instituições públicas e privadas;
- Oficina de Temas e Questões Estratégicas com todos os gestores, gerente, direção e representantes de instituições parceiras;
- Oficina de Definição de Diretrizes Estratégicas, Prioridades e Medidas de gestão da carteira de projetos com todos os gestores, gerente e direção;
- Oficina para validação do PPA 2006/2008 com gerentes das unidades e agências regionais.

²¹ Planejamento Plurianual – Sebrae/MA

A partir da implantação desse processo de construção do Planejamento Plurianual, com a participação de todos, houve um fortalecimento e integração entre planejamento, alocação de recursos, execução, monitoramento e avaliação.

No próximo tópico apresentar-se-á pesquisa realizada pelo Sebrae/MA, sobre fatores condicionantes e taxa de mortalidade das empresas maranhenses.

2.15 Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Maranhão

O Sebrae/MA e a Fundação Universidade de Brasília - FUBRA promoveram parceria com o objetivo de realizar pesquisa amostral no Estado do Maranhão, visando à identificação da taxa de mortalidade das empresas de pequeno porte e dos principais fatores condicionantes dessa mortalidade prematura.

Ter o seu próprio negócio tem sido o grande desejo de uma imensa parcela da população economicamente ativada do Estado do Maranhão, à medida que são formalizadas, em média, 7 mil empresas por ano, conforme as estatísticas oficiais do Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC/MDIC). Os fatores mais frequentes que justificam esse interesse pela atividade empresarial são motivados pelo desejo de ter o próprio negócio e pela necessidade de aumentar a renda e melhorar de vida. (SEBRAE/MA, 2005)

Entretanto, conforme estudo do Banco Mundial (Fazendo Negócios 2004), as condições de vida das empresas comprovam que o ambiente para negócios no Brasil é inóspito, se comparado ao de outras nações. O estudo do conjunto de leis, regulamentos e outras ramificações burocráticas, que forma o ciclo sobre o qual as empresas nascem, vivem e morrem, mostram que as atividades empresariais no país enfrentam uma combinação de fatores institucionais adversos à sua formalização e sobrevivência no mercado de atuação.

Em função dessa realidade, o Sebrae/MA realizou, no período de agosto a outubro/2004, rastreamento de uma amostra representativa de empresas constituídas e registradas na Junta Comercial do Maranhão, nos anos de 2000, 2001 e 2002, com o objetivo de apurar a taxa de mortalidade das empresas maranhenses, com uma margem de erro de 5

pontos percentuais, e os fatores determinantes de sucesso e fracasso do empreendimento²². (SEBRAE/MA, 2005)

2.15.1 Taxa de mortalidade de empresas

De acordo com o Relatório Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Maranhão (SEBRAE/MA, 2005, p. 17);

No cotejamento dos dados com os resultados ponderados para o Brasil, verifica-se que as taxas de mortalidade das empresas maranhenses são levemente superiores nos estabelecimentos com até dois ou três anos de existência, isto é, firmas criadas em 2001 e 2002, enquanto que no caso daqueles com até quatro anos (2000) a diferença desfavorável é um pouco maior - 59,9% para o Brasil e 64,4% no caso do Estado do Maranhão.

Tabela 09 - Taxa de mortalidade de empresas maranhenses, comparativamente às regiões e no Brasil

TAXA DE MORTALIDADE DE EMPRESAS MARANHENSES COMPARATIVAMENTE AS REGIÕES E NO BRASIL							
Ano de Constituição	Maranhão	Regiões					Brasil
		Sudeste	Sul	Nordeste	Norte	Centro-Oeste	
2002	51,3	48,9	52,9	46,7	47,6	49,5	49,4
2001	57,6	56,7	60,1	53,4	51,6	55,1	56,4
2000	64,4	61,1	58,9	62,7	53,3	53,9	59,9

Fonte: Pesquisa do Sebrae/MA

2.15.2 Principais causas do encerramento das atividades empresariais

Diversas causas explicam o percentual elevado de insucesso das empresas maranhenses e todas elas mostram que os principais motivos restringem-se às habilidades gerenciais do empreendedor, haja vista que 29,6% dos proprietários/administradores eram autônomos ou iniciaram os negócios sem nenhuma experiência ou conhecimento do ramo (14,1%) e não procuraram por qualquer tipo de auxílio ou consultoria para gerenciar o empreendimento (23,1%). (SEBRAE/MA, 2005)

²² Adotou-se a mesma metodologia utilizada em estudo realizado recentemente para o Sebrae Nacional.

O contador, com 66,4% de indicações, é o profissional mais requisitado entre os empresários que buscaram auxílio profissional para a condução dos negócios. No entanto, há evidências de que as informações contábeis são, aparentemente, de uso restrito para atender às exigências fiscais, sendo subutilizadas no processo de tomada de decisão. (SEBRAE/MA, 2005)

As principais razões da mortalidade empresarial no Maranhão, segundo os proprietários/ administradores, concentram-se, entre outras, na falta de capital de giro (58,7% das citações), falta de clientes (36,8%), concorrência acirrada (36,1%) e problemas financeiros (33,8%). Analisando essas razões a fundo e comparando com os fatores de sucesso mencionados com maior frequência - bom conhecimento do mercado (54,8% das assinalações), boa estratégia de vendas (53,3%) e ter um bom administrador (38,5%) - há elementos para supor que o fator que ameaça a sobrevivência das empresas maranhenses reside na falta de dados consistentes para a tomada de decisão. (SEBRAE/MA, 2005)

Considerando que, no campo empresarial, a concorrência acirrada e os recursos escassos são componentes que ameaçam a longevidade dos empreendimentos, as decisões não podem ser tomadas simplesmente calcadas na intuição dos gestores, mas sim em um conjunto de dados e informações confiáveis que racionalizem o processo de tomada de decisão, reduzindo o risco do investimento. (SEBRAE/MA, 2005)

Projetando-se as taxas de mortalidade de empresas maranhenses sobre o total de empresas registradas no mesmo período (2000 a 2002), pode-se estimar o custo social proveniente do encerramento das atividades econômicas no Estado do Maranhão. Estima-se o fechamento de 13.105 empresas, nos três anos, e a extinção de milhares de postos de ocupações, com a dispensa de aproximadamente 48,5 mil pessoas, o que alimenta a economia informal e os índices de desemprego no Estado. (SEBRAE/MA, 2005)

Em termos de inversões na atividade econômica do Estado, para o funcionamento dessas empresas, estima-se que foram realizados investimentos da ordem de R\$ 172,2 milhões que, no transcorrer de quatro anos, deixaram de produzir bens e serviços, gerar impostos e distribuir renda. A perda nominal da poupança pessoal/familiar dos empreendedores é outro fato que merece destaque, visto que os recursos investidos na empresa são de origem própria, segundo a maioria dos ex-proprietários (77% para investimento fixo e 84% para capital de giro).

Vale ressaltar que o percentual de recuperação dos recursos aplicados é de até 50%, conforme as assinalações dos respondentes (75,5%). (SEBRAE/MA, 2005)

2.15.3 Fatores para o sucesso da empresa

Os fatores determinantes de sucesso apontados pelos ex-proprietários podem ser agrupados segundo três categorias: Habilidades gerenciais, Capacidade empreendedora e Logística operacional.

Tabela 10 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo as habilidades gerenciais

Categoria	Fatores de sucesso	Percentual de empresários
Habilidades Gerenciais	Bom conhecimento do mercado	54,8%
	Boa estratégia de vendas	53,3%

Fonte: Fubra

Tabela 11 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo as habilidades gerenciais.

Categoria	Fatores de sucesso	Percentual de empresários
Capacidade Empreendedora	Aproveitamento das oportunidades de negócios	28,2%
	Criatividade do empresário	28,2%
	Capacidade de liderança	13,3%
	Persistência e perseverança	7,4%
	Capacidade de assumir riscos	3,7%

Fonte: Fubra

Tabela 12 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial, segundo logística operacional.

Categoria	Fatores de sucesso	Percentual de empresários
LOGÍSTICA OPERACIONAL	Ter um bom administrador	38,5%
	Reinvestimento dos lucros na empresa	27,4%
	Uso de capital próprio	11,1
	Ter acesso a novas tecnologias	9,6

Fonte: Fubra

A falta de capital próprio, os erros de avaliação e o despreparo dos empresários estão entre os fatores que mais contribuem para diminuir a probabilidade de sobrevivência da empresa. Assim é que, não obstante as habilidades naturais (criatividade, liderança, persistência, perseverança), os atributos "bom conhecimento do mercado" e "boa estratégia de vendas" ocupam o maior destaque entre os condicionantes do sucesso empresarial. (SEBRAE/MA, 2005)

A importância da procura de assessoria/auxílio na condução dos negócios da empresa é mais uma vez demonstrada pelos resultados obtidos neste tópico. Assim é que, enquanto, aproximadamente 23,1% de ex-empresários informaram que não demandaram auxílio externo para o gerenciamento das suas empresas, apenas 12,4% dos sócios de empresas ativas assim procederam. Ademais, nos casos em que houve procura por assessoria, observam-se diferenças significativas entre os dois grupos, a saber: 17,2% de empresários de empresas ainda no mercado demandaram préstimos de pessoas que conheciam o ramo de atividade, contra apenas 9,0% das respostas de ex-empresários; 7,6% dos estabelecimentos ativos procuraram o apoio do Sebrae, vis a vis 1,5% daqueles que encerraram as atividades; e 3,8% das empresas ativas se valeram da orientação de entidades de classe, em contrapartida a tão somente 0,8% do outro grupo. (SEBRAE/MA, 2005, p. 19)

Tabela 13 - Tipo de assessoria/auxílio no gerenciamento da empresa

Assessoria / auxílio	Extintas (%)	Ativas (%)
Contador	66,4	70,3
Não procurou assessoria auxílio	23,1	12,4
Pessoas que conheciam o ramo	9,0	17,2
Associação de empresas do ramo	4,5	3,5
Empresas de consultoria consultores	2,2	2,4
SEBRAE	1,5	7,6
Entidades de classe	0,8	3,8
Outra assessoria auxílio	0,8	1,0
SENAC	-	0,3
SENAI	-	0,3
SENAR	-	-
SESI	-	-

Fonte: Fubra

A questão admitia múltiplas

Nota-se o quão são superiores os percentuais de empresários das empresas ativas que usufruíram dos tipos de assessoria colocados à disposição pela Entidade no apoio às micro e pequenas empresas, merecendo destaque os itens orientação e treinamento empresarial.

Tabela 14 – Tipo de assessoria/auxílio no gerenciamento da empresa

Tipo de assessoria	Extintas (%)	Ativas (%)
Não procurou o Sebrae	87,4	73,1
Crédito	7,4	9,5
Orientação empresarial	6,7	13,3
Treinamento empresarial	3,7	9,2
Melhoria de produtos e processos	0,7	2,4
Comercialização	-	3,1
Outra área	-	-

Fonte: Fubra

A questão admitia múltiplas respostas

A única diferença significativa entre os dois grupos, favorável a sócios de empresas ativas, situa-se na experiência anterior do empresário como sócio/proprietário de outra empresa - 6,6% para aqueles de empresas ativas, contra 0,7% de ex-empresários. Nos demais itens, as leves diferenças existentes na experiência anterior ora beneficiam ex-empresários ora são favoráveis aos proprietários de empresas ativas

Tabela 15 – Experiência anterior ou conhecimento no ramo de negócio – Sebrae/MA

Experiência anterior	Extintas (%)	Ativas (%)
Funcionário de outra empresa	26,7	28,4
Alguém na família tinha um negócio similar	25,9	22,5
Trabalhava como autônomo no ramo	20,7	14,9
Nenhuma	14,1	15,9
Trabalhava como autônomo em outra atividade	8,9	7,6
Diretor / gerente de outra empresa	1,5	3,8
Outra experiência	1,5	0,3
Sócio / proprietário de outra empresa	0,7	6,6
Total	100	100

Fonte: Fubra

A semelhança de resultados apurados em pesquisas da mesma natureza, constata-se que, em comparação com sócios de estabelecimentos ativos, ex-empresários optaram, em alguns pontos e de forma mais contundente, pela abertura de empresas por motivos alheios ao gerenciamento do negócio. Assim é que o simples fato de desejarem aumentar a renda/melhorar de vida levou 20,7% desse grupo há se tornar empresário, contra 14,6% daqueles de empresas ativas. Ademais, 8,2% dos respondentes de estabelecimentos fechados entraram para o ramo dos negócios por influência de outras pessoas, em comparação com 3,5% do outro grupo.

Também um maior número de ex-sócios enveredou pelo lado comercial, pelo simples desejo de ter o próprio negócio (77,0%, contra 72,9%). Por outro lado, o motivo para ter aberto uma empresa por ter experiência anterior é bem mais latente no grupo de empresários ativos (14,2% das respostas), em comparação com aquele a que pertencem ex-sócios (8,2%). (SEBRAE/MA, 2005)

Tabela 16 - Motivo pelo qual resolveu constituir ou participar da sociedade da empresa Sebrae/MA

Principais motivos	Extintas (%)	Ativas (%)
Desejo de ter o próprio negócio	77,0	72,9
Para aumentar renda / melhorar de vida	20,7	14,6
Identificou uma oportunidade de negócio	16,3	21,5
Por influência de outras pessoas	8,2	3,5
Tinha experiência anterior	8,2	14,2
Estava desempregado	5,9	6,6
Estava insatisfeito no seu emprego	5,9	4,9
Aproveitou algum programa de demissão voluntária	4,4	3,1
Tinha tempo disponível	4,4	4,2
Aproveitou incentivos governamentais	3,0	1,0
Foi demitido e recebeu FGTS / indenização	3,0	2,1
Tinha capital disponível	3,0	6,9
Outro motivo	0,7	0,4

Fonte: Fubra

A questão admitia múltiplas respostas

A maioria expressiva das empresas extintas (85,9% dos casos) não participava de qualquer associação, cooperativa ou franquia. Este fato pode ser considerado como mais um elemento propiciador do insucesso de um empreendimento. No caso das empresas ativas, o percentual de não participação tem significativa diferença em relação ao outro grupo, embora também elevado (78,6%). (SEBRAE/MA, 2005)

Conforme o Relatório Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Maranhão (SEBRAE/MA, 2005, p. 23);

[...] ex-empresários julgam que a falta de capital de giro foi determinante para o fechamento das empresas (58,7% das respostas), motivo este também julgado muito relevante pelos sócios de empresas ativas que estão na condução das atividades empresariais (50,3%). Do lado dos proprietários dos estabelecimentos em atividade, a carga tributária elevada se constitui no principal entrave à condução dos negócios (52,7%), fato este apontado com muito menor ênfase, por ex-empresários, como fator determinante para o desaparecimento do negócio do mercado (17,3%). A falta de clientes, a concorrência muito forte e problemas financeiros são outras razões capitais indicadas por ex-empresários para o fechamento prematuro das suas empresas. Do lado dos respondentes de empresas ativas, também a concorrência acirrada e a falta de clientes são fortes empecilhos para o bom andamento das atividades da empresa, bem como a falta de crédito bancário.

Tabela 17 - Razões para o fechamento das empresas e principais dificuldades encontradas na condução das atividades da empresa, a partir de pergunta estimulada Sebrae/MA

Principais razões dificuldades	Extintas (%)	Ativas (%)
Falta de capital de giro	58,7	50,3
Falta de clientes	36,8	19,4
Concorrência muito forte	36,1	24,5
Problemas financeiros	33,8	15,3
Maus pagadores	22,6	17,0
Falta de crédito bancário	18,1	22,5
Carga tributária elevada	17,3	52,7
Instalações Inadequadas	8,3	5,1
Ponto / local inadequado	7,5	3,7
Desconhecimento do mercado	6,8	6,1
Falta de conhecimentos gerenciais	6,8	6,8
Outra razão	3,0	1,0
Problemas com a fiscalização	2,3	3,1
Recessão econômica no país	2,3	16,0
Falta de mão-de-obra Qualificada	0,8	7,5

Também nas respostas espontâneas, os ex-proprietários mencionam como principais problemas que levaram à paralisação da empresa a falta de capital de giro (19,6%), impostos e tributos (17,8%). Aponta também as seguintes razões para o encerramento das atividades: falta de conhecimento sobre leis e regulamentos (15,9%), crédito bancário (12,2%) e burocracia (10,3%). (SEBRAE/MA, 2005)

Tabela 18 - Principais razões do fechamento da empresa, segundo as opiniões espontâneas dos proprietários das empresas extintas

Razões	(%)
Falta de capital de giro	19,6
Impostos e tributos	17,8
Falta de conhecimento das leis e regulamentos	15,9
Crédito bancário	12,2
Burocracia	10,3
Vendas baixas	8,4
Concorrência	5,6
Falta de clientes	3,7
Desconhecimento do mercado	2,8
Desconhecimento do produto	1,9
Retração da economia	0,9
Preço da matéria-prima	0,9
Total	100

Fonte: Fubra

Com relação às perguntas espontâneas, concernentes às dificuldades encontradas na condução das atividades da empresa, embora tenha havido por parte dos respondentes das empresas ativas uma expressiva citação de falta de capital de giro, por um lado, e de carga tributária elevada (11,78), por outro, a principal dificuldade do segmento é o desconhecimento do mercado de trabalho, com 14,3 % das citações. (SEBRAE/MA, 2005)

Tabela 19 – Principais dificuldades na condução das atividades da empresa, segundo as opiniões espontâneas dos proprietários das empresas ativas – Sebrae/MA

Principais dificuldades	(%)
Desconhecimento do mercado	14,3
Falta de capital de giro	13,6
Impostos e tributos	11,7
Crédito bancário	9,2
Falta de clientes	7,1
Assessoria jurídica	6,8
Poucas vendas	6,0
Administração	6,0
Concorrência	5,8
Burocracia	4,9
Conhecimento do produto	4,8
Retração da economia	2,6
Mão-de-obra Qualificada	2,1
Falta de experiência no negócio	1,9
Falta de estímulo/apoio governamental	0,7
Produção fraca	0,7
Desconhecimento das leis	0,2
Montagem do Quadro de funcionários	0,2
Preço da matéria-prima	0,2
Falta de segurança local	0,2
Recebimento dos valores investidos	0,2
Administração de gastos	0,2
Aquisição de novos equipamentos avançados	0,2
Ambiente físico	0,2
Manter as contas em ordem	0,2
Total	100

Fonte: Fubra

Representantes de ambos os grupos concordam em que ter um bom conhecimento do mercado em que atuam e adotar boa estratégia de vendas constituem fatores importantes para se ter sucesso no empreendimento (mais de 50%). Em segundo plano, ex-empresários identificam a necessidade de se ter um bom administrador como fator fundamental para o bom andamento dos negócios (38,5%), enquanto sócios ainda no mercado entendem que a criatividade do empresário é mais importante (37,9%).

Tabela 20 – Fatores que contribuem para o sucesso da empresa maranhense

Fatores de Sucesso	Extintas (%)	Ativas (%)
Bom conhecimento no mercado que atua	54,8	56,3
Boa estratégia de vendas	53,3	52,2
Ter um bom administrador	38,5	28,3
Aproveitamento das oportunidades de negócios	28,2	31,4
Criatividade do empresário	28,2	37,9
Reinvestimento dos lucros na própria empresa	27,4	28,3
Capacidade de liderança do empresário	13,3	14,0
Uso de capital próprio	11,1	6,1
Ter acesso a novas tecnologias	9,6	18,1
Empresário com persistência e perseverança	7,4	15,4
Capacidade do empresário para assumir riscos	3,7	11,6
Terceirização das atividades meio da empresa	2,2	2,7
Outro fator	0,7	0,3

Fonte: Fubra

A questão admitia múltiplas respostas

Empresários dos dois segmentos ativos e fechados consideram que: o planejamento é a área de conhecimento mais importante no primeiro ano de atividade nas empresas (63,7%) no caso de estabelecimentos extintos e (56,2%) na opinião dos sócios ainda no mercado. Para ex-empresários, marketing/propaganda se constitui no segundo ponto mais importante no início das atividades da empresa, com 52,6% das indicações, item também julgado de muita relevância para os respondentes de estabelecimentos ativos (38,9%).

A área de venda, é igualmente, citada por ambos os grupos como importantíssima para os dois segmentos, sendo a segunda mais citada pelos empresários ainda no mercado (40,3%). Vale ressaltar que o percentual alcançado por essa área é semelhante ao apurado junto aos ex-sócios (39,3%).

Tabela 21 - Áreas de conhecimento mais importantes no primeiro ano de atividade da empresa – Sebrae/MA

Áreas de conhecimento importantes	Extintas (%)	Ativas (%)
Planejamento	63,7	56,2
Marketing / Propaganda	52,6	38,9
Vendas	39,3	40,3
Relações humanas	37,0	26,2
Organização empresarial	20,0	33,9
Análise financeira	18,5	27,9
Conjuntura econômica	9,6	9,5
Informática	8,9	9,2
Nenhuma	3,0	2,5
Processo decisório	0,7	1,8
Outra área	-	-

Fonte: Fubra

De acordo com 18,9% dos ex-proprietários, a assessoria do Contador teria sido o auxílio mais importante para evitar o encerramento das atividades da empresa, secundada por assessoria no processo de vendas (16,6%). Cabe destaque, ainda, para outros tipos de auxílio útil citados por esse grupo para a sobrevivência da empresa, tais como, assessoria financeira, consultoria especializada, capacitação para administrar o negócio e assessoria jurídica.

Tabela 22 - Tipo de assessoria/auxílio útil à sobrevivência da empresa, segundo a opinião espontânea dos ex-proprietários

Tipo de assessoria/auxílio útil	(%)
Assessoria do contador	18,9
Assessoria para vendas	16,6
Assessoria financeira	14,3
Consultoria especializada	11,9
Capacitação para administração	10,2
Assessoria jurídica	8,5
Auxílio bancário	5,7
Curso de gerenciamento	4,0
Auxílio dos fornecedores	2,8
Assessoria do Sebrae	1,7
Assessoria financeira	1,1
Recursos humanos	1,1
Outros	3,2

Fonte: Fubra

Também para os proprietários ainda atuantes no mercado, a assessoria do Contador é considerada como primordial para que as empresas possam enfrentar as dificuldades do mercado (14,9%), vindo, a seguir, a necessidade de auxílio na área de propaganda e marketing (10,1%). Assessorias nos campos jurídico, financeiro, administrativo e de mercado também se constituem em pleitos bastante significativos desse grupo de representantes de estabelecimentos ativos.

Tabela 23 - Assessoria auxílio útil para enfrentar as dificuldades da empresa ativa, segundo a opinião espontânea dos proprietários.

Tipo de assessoria/auxílio útil	(%)
Assessoria do contador	14,9
Propaganda e Marketing	10,1
Assessoria jurídica	9,4
Assessoria financeira	8,1
Assessoria administrativa	6,8
Assessoria de mercado	6,5
Auxílio bancário	6,2
Curso de gerenciamento	6,2
Assessoria em vendas	6,2
Auxílio dos fornecedores	52,2
Mão-de-obra qualificada	4,2
Consultoria especializada	3,9
Assessoria em recursos humanos	3,9
Assessoria em planejamento	2,6
Orientação técnica no ramo	1,9
Capacitação empresarial	1,6
Acompanhamento do SEBRAE	1,0
Apoio financeiro do SEBRAE	0,7
Pessoas capacitadas para a administração	0,3
Assessoria pessoal e financeira	0,3
Total	100

2.15.4 Medidas de políticas públicas para apoio às Mpes.

Tanto ex-empresários como os atuantes no mercado defendem, como primordial para apoio às MPE, medidas de políticas públicas que permitam crédito preferencial ao segmento, isto é, com juros e prazos especiais (70,2% e 69,2%, respectivamente).

Novamente a questão do tratamento diferenciado, previsto na Constituição de 1988, também é requerida por ambos os grupos, sendo mais enfática entre representantes de estabelecimentos extintos (45,5% contra 39,7% nas unidades ativas). A maior diferença percentual situa-se na necessidade de programa de treinamento de pessoal, demandado mais por empresários de empresas ativas (35,6%, frente a 29,9% nas inativas). (SEBRAE/MA, 2005)

Tabela 24 - Medidas de políticas públicas para apoio às MPEs.

Medidas de Políticas Públicas	Extintas (%)	Ativas (%)
Crédito preferencial (juros e prazos)	70,2	69,2
Tratamento tributário diferenciado	45,5	39,7
Programa de treinamento de pessoal	29,9	35,6
Disponibilização de informações de mercado	16,4	19,2
Desburocratização do registro / baixa de empresas	15,7	16,8
Acesso às compras governamentais	6,7	12,3
Programa de cooperativismo	6,0	12,3
Programa para facilitar as exportações	5,2	5,5
Nenhuma	2,2	1,0
Outra medida	1,5	0,7

Fonte: Fubra

A questão admitia múltiplas respostas

2.15.5 Impactos socioeconômicos da mortalidade de empresas

Em valores absolutos, aplicando-se as taxas de mortalidade apuradas em relação ao número de empresas constituídas no período, tem-se uma estimativa do total de empreendimentos que fecharam as portas, acarretando, por conseguinte, impactos significativos nos indicadores socioeconômicos do Estado do Maranhão, comparativamente às regiões e ao país. A partir da estimativa do número total de empresas maranhenses fechadas,

tem-se o custo social advindo do encerramento de uma atividade econômica, em termos de dispensa de mão-de-obra, perda de poupança e distribuição de renda no Estado do Maranhão, bem como impactos na composição do Produto Interno Bruto Estadual. (SEBRAE/MA, 2005).

Tabela 25 - Natalidade e estimativa de mortalidade de empresas no Estado do Maranhão, comparativamente às Regiões e ao Brasil, em números absolutos, no período 2000-2002

Regiões	Natalidade	Mortalidade	Natalidade	Mortalidade	Natalidade	Mortalidade
	2000		2001		2002	
Maranhão	6.994	4.504	8.841	5.092	6.841	3.509
Sudeste	209.646	128.094	222.480	126.146	207.132	101.288
Sul	105.331	62.040	111.853	67.224	98.734	52.230
Nordeste	85.038	53.319	87.941	46.960	79.951	37.337
Norte	23.444	12.496	23.612	12.183	19.878	9.462
Centro-Oeste	37.143	20.020	45.025	24.809	39.456	19.530
Brasil (1)	460.602	275.901	490.911	276.874	445.151	219.905

Fonte: Fubra

(1) Valores apurados a partir da ponderação das taxas de mortalidade nas Regiões, para cada ano

Considerando que o número médio de pessoas ocupadas no total das empresas extintas entrevistadas é de 3,7 pessoas, pode-se estimar o contingente de trabalhadores que perderam as suas ocupações no Estado. Desta forma, de um total de 13.105 empresas extintas, com até quatro anos da data de constituição, aproximadamente 48,5 mil pessoas perderam suas ocupações no Maranhão.

Tabela 26 - Redução do número de postos de trabalho no Maranhão, comparativamente às Regiões e ao Brasil, em números absolutos, para o período 2000 – 2002.

Regiões	Mortalidade	Perda de ocupações	Mortalidade	Perda de ocupações	Mortalidade	Perda de ocupações
	2000		2001		2002	
Maranhão	4.504	16.665	5.092	18.840	3.509	12.983
Sudeste	128.094	384.282	126.146	277.521	101.288	283.606
Sul	62.040	254.364	67.224	161.338	52.230	214.143
Nordeste	53.319	191.948	46.960	159.664	37.337	75.954
Norte	12.496	27.491	12.183	37.767	9.462	25.547
Centro-Oeste	20.020	66.066	24.809	69.465	19.530	85.932
Brasil (1)	275.900	924.202	276.874	705.125	219.905	684.956

Fonte: Fubra

Os recursos médios investidos em máquinas, equipamentos, mobiliário (investimento fixo) e capital de giro para o funcionamento de uma empresa no Estado são da ordem de R\$ 13.140,00 aproximadamente, a perda de inversões na atividade econômica, oriunda das empresas encerradas com até 04 (quatro) anos de constituição, pode ser estimada em R\$ 172,2 milhões.

Tabela 27 - Recursos investidos pelas empresas extintas no Estado do Maranhão, comparativamente às Regiões e ao Brasil, em valores médios, período de 2000 – 2002.

Regiões	Mortalidade	Recursos (R\$ milhões)	Mortalidade	Recursos (R\$ milhões)	Mortalidade	Recursos (R\$ milhões)
	2000		2001		2002	
Maranhão	4.504	59,2	5.092	66,9	3.509	46,1
Sudeste	128.094	3.043,9	126.146	2.775,2	101.288	2734,8
Sul	62.040	957,7	67.224	2.402,2	52.230	1915,7
Nordeste	53.319	1.857,5	46.960	631,6	37.977	544,8
Norte	12.496	183,4	12.183	169,0	9.462	227,7
Centro-Oeste	20.020	577,9	24.809	731,5	19.530	1.050,9
Brasil (1)	275.900	6.620,7	276.874	6.702,9	219.905	6.471,3

Fonte: Fubra

Considerando-se que a estimativa de R\$ 172,2 milhões tem como origem recursos próprios, segundo uma grande parcela dos entrevistados (76,9% para investimento fixo e 84,5% para capital de giro), pode-se inferir que o referido montante representou a perda nominal da poupança pessoal/familiar dos empreendedores. Do montante de R\$ 172,2 milhões, 70% compõem o ativo imobilizado pelas empresas extintas e 30% representam os recursos utilizados para cobrir as despesas variáveis da empresa - capital de giro.

Dentre as empresas respondentes extintas entrevistadas, a maioria (85,2% dos casos) afirmou não ter dado baixa dos respectivos atos constitutivos na Junta Comercial. Resultado bem acima da apuração nacional (68%). Os principais motivos desse comportamento concentram-se no alto custo para formalizar o encerramento da empresa (55,7% dos casos) e no processo burocrático (43,5%).

Nos dois grupos existe maior concentração de empresas no setor comercial, sendo a maior incidência nos estabelecimentos extintos (64,9% e 54,1%, respectivamente).

Praticamente a totalidade das empresas entrevistadas de ambos os grupos é constituída de estabelecimentos micro e pequenos, cabendo salientar que há uma relativa supremacia de microempresas no rol das firmas extintas (97,0%, vis a vis 89,1%), podendo valer a hipótese de que quanto menor o estabelecimento maior é a chance do seu desaparecimento do mercado.

Tabela 28 - Distribuição das empresas maranhenses, por setor de atividade, segundo o porte.

Porte	Setor de Atividade							
	Indústria		Comércio		Serviços		Total	
	Extintas	Ativas	Extintas	Ativas	Extintas	Ativas	Extintas	Ativas
Micro empresa	3,7	1,1	63,4	49,6	29,9	38,4	97,0	89,1
Pequena empresa	-	0,4	1,5	4,1	1,5	6,0	3,0	10,5
Média empresa	-	-	-	0,4	-	-	-	0,4

Fonte: Fubra

Tabela 29 - Escolaridade dos empreendedores maranhenses

Escolaridade	Extintas	Ativas
Ensino Fundamental completo	7,40%	9,80%
Ensino Médio completo	11,80%	9,90%
Superior incompleto	68,20%	56,50%
Superior completo ou mais	11,10%	22,80%
Não informou	1,50%	1,00%

Fonte: Fubra

Tabela 30 - Faixa etária dos empreendedores maranhenses

Faixa etária	Extintas (%)	Ativas (%)
18 a 24 anos	1,5%	7,5%
25 a 29 anos	17,8%	14,0%
30 a 39 anos	50,4%	44,2%
40 a 49 anos	20,7%	27,2%
50 ou mais anos	8,9%	6,1%
Não informou	0,7%	1,0%
Total	100%	100%

Fonte: Fubra

De acordo com o estrato das empresas extintas, os empresários eram principalmente autônomos e funcionários de empresas privadas (31,6% e 26,3%, respectivamente). Esta situação se inverte na apuração para o grupo das ativas.

Tabela 31 - Principal atividade do empreendedor antes de constituir a empresa e atividade remunerada no primeiro ano de funcionamento do negócio.

Atividade	Extintas (%)	Ativas (%)
Autônomo	31,6%	21,5%
Funcionário de empresa privada	26,3%	32,1%
Atuava no mercado informal	15,0%	7,5%
Funcionário público	9,0%	7,5%
Dona de casa	6,8%	2,7%
Estudante	4,5%	17,1%
Aposentado	2,3%	1,0%
Empresário	1,5%	7,2%
Vivia de rendas	1,5%	1,4%
Nenhuma	1,5%	1,0%
Outra atividade	-	1,0%
Total	100%	100%

Fonte: Fubra

Tabela 32 - Principal cliente das empresas maranhense – extinta e ativa

Atividade	Extintas (%)	Ativas (%)
Clientes de balcão (varejo)	76,9%	65,3%
Empresas privadas	9,7%	17,0%
Lojas de departamentos	5,2%	2,8%
Central de compras	3,7%	2,8%
Órgãos públicos	3,7%	7,6%
Outro	0,8%	4,5%
Total	100%	100%

Fonte: Fubra

Tabela 33 - Situação da empresa maranhense em relação ao sistema SIMPLES

Sistema SIMPLES	Extintas (%)	Ativas (%)
Optante	63,3%	64,7%
Não optante	26,7%	25,1%
Não se enquadra no SIMPLES	10,0%	10,2%
Total	100%	100%

Fonte: Fubra

Entre os empresários que dispuseram informar o faturamento dos seus negócios, observa-se há maior concentração, em ambos os grupos, na faixa de até R\$ 120 mil (53,4% no

caso das extintas e 72,5% para as empresas ativas), empresas consideradas como micro estabelecimentos, segundo o critério adotado pelo Sistema SIMPLES.

Há que se ressaltar que um percentual bem maior de empresas extintas não obteve faturamento, em comparação com as empresas ativas. (13,3% contra 2,8%).

Tabela 34 - Faixa de faturamento bruto anual da empresa maranhense

Faturamento	Extintas (%)	Ativas (%)
Até R\$ 60 mil	51,9%	52,9%
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	1,5%	19,6%
Acima de R\$ 120 mil até 360 mil	0,7%	6,9%
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	1,5%	1,4%
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	-	0,3%
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080.000,00	-	-
Acima de R\$ 1.080.000,00 até R\$ 1.200.000,00	-	2,7%
Acima de R\$ 1.200.000,00	10,4%	7,2%
Não teve faturamento	13,3%	2,8%
Não Informou	20,7%	6,2%
Total	100%	100%

Fonte: Fubra

2.15.6 Atuação do Sebrae Maranhão para diminuir a mortalidade das empresas.

Dado o diagnóstico desta pesquisa de mortalidade, que indicou como as causas principais do fechamento prematuro das empresas são as falhas na condução gerencial e no planejamento no início de um novo negócio, cabe ao Sebrae aprimorar e intensificar seus programas de capacitação empresarial, especialmente os voltados à formulação de planos de negócios, gestão de empresa, aprimoramento contábil, melhorar o conhecimento dos proprietários e empreendedores sobre o potencial do mercado, com ênfase nas fases de planejamento e desenvolvimento inicial da empresa, além de ações voltadas ao aprimoramento do espírito empreendedor. (SEBRAE, 2005).

3 METODOLOGIA

Neste capítulo será apresentado o tipo de pesquisa, universo e a amostra, a coleta de dados, teste da primeira versão, aplicação do questionário e tratamento dos dados.

A metodologia, de acordo com Oliveira (1998), “estuda os meios ou métodos de investigação do pensamento, visando delinear um determinado problema, analisar e desenvolver observações, criticá-las e interpretá-las a partir das relações de causa e efeito”.

3.1 Tipos de Pesquisa

Não existe uma fórmula mágica e única para realizar uma pesquisa ideal; talvez não exista nem existirá uma pesquisa perfeita. A investigação é um produto humano, e seus produtores são seres falíveis. (RICHARDSON, 1999, p.15)

A pesquisa utilizada nesse trabalho é classificada como descritiva, explicativa e bibliográfica, quanto à abordagem, classifica-se como quantitativa e qualitativa, uma vez que interpreta os dados coletados e analisa-os. Utilizamos uma abordagem quantitativa para quantificar opiniões e dados da coleta de informações, assim como também percentagem e desvio padrão, em linhas gerais, uma forma de garantir a precisão dos resultados, e evitando com isso distorções de análise e interpretações.

Abordagem quantitativa representa a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções na análise e interpretação, possibilitando, uma margem de segurança quanto às inferências. A pesquisa quantitativa objetiva fornecer dados estatísticos que permitam quantificar e dimensionar aspectos do mercado que atua. Aplica o instrumento de coleta de informações a uma amostra representativa do universo a ser pesquisado, fornecendo dados numéricos e estatísticos. (RICHARDSON, 1999, p. 70).

Quanto às qualitativas utilizou-se de perguntas abertas, de modo que o participante fosse estimulado a expor pensamentos e opiniões para poder avaliar os fatores emocionais e intencionais implícitos nos posicionamentos e comportamentos dos entrevistados. Através da pesquisa quantitativa conjugada com a qualitativa, foi possível obter, quantitativamente, dados numéricos e, qualitativamente, conceitos, atitudes e opiniões dos entrevistados sobre o problema pesquisado. A pesquisa bibliográfica foi realizada em livros, sites, periódicos e revistas que nortearam o embasamento teórico considerado imprescindível para a realização desse trabalho.

3.2 Universo e amostra

De acordo com a JUCEMA²³ temos em São Luís/MA - 20.542 empresas, incluindo todos os portes. O universo da pesquisa neste trabalho contemplou somente os micro e pequenos empresários de São Luís do Maranhão, com uma amostra de 343 pessoas sendo empresários e administradores, extraídos aleatoriamente dos nove principais bairros, onde se concentra o maior número de micro e pequenas empresas.

3.3 Coleta de dados

Para a realização dessa pesquisa utilizou-se como instrumento de coleta de dados o questionário semi-estruturado, por permitir obter informações de um maior número de empresários em um tempo relativamente curto, além de apresentar certa uniformidade entre as medições pelo fato de que o vocabulário, a ordem das perguntas e as instruções serem iguais para todos os entrevistados, foi aplicado através de contato direto individual, com perguntas qualitativas e quantitativas.

Diversos podem ser os instrumentos utilizados na coleta de dados. O mais comum talvez seja o questionário, que geralmente, cumpre pelo menos duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social. (RICHARDSON, 1999, p. 189).

3.3.1 O teste da primeira versão do questionário

O teste da primeira versão foi realizado em dezembro de 2005. Foi aplicado o questionário a doze empresas em diversos bairros de São Luís/MA, visando à correção de algumas perguntas que poderiam não estar bem claras ou em linguagem complexa.

3.3.2 Aplicação do questionário

O questionário foi aplicado a 350 empresas, distribuídas nos nove principais bairros de São Luís/MA, nos períodos de 11 a 25 de janeiro de 2006. Somente responderam o questionário o próprio dono ou a pessoa responsável pela administração da empresa. Dos 350 questionários, 07 foram considerados inválidos, devido o responsável não responder alguma das perguntas.

²³ Junta Comercial do Estado do Maranhão

3.4 Tratamento dos dados

Utilizou-se para calcular os números de empresas existentes em São Luís/MA, dados obtidos através da Junta Comercial que são 20.378 empresas ativas de micro e pequeno porte, desse total foram pesquisadas 343 empresas nos nove principais bairros.

Todos os cálculos utilizaram-se da estatística com erro padrão de 3,15% pontos percentuais e 95% de grau de confiança.

Considerou-se a seguinte fórmula:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \hat{p}\hat{q}N}{E^2}$$

q = 1 - p;

N = Tamanho da população;

$Z_{\alpha/2}$ = Percentil $\alpha/2$ da Normal Padrão;

\hat{p} = Estimativa inicial de p;

E = Erro padrão

4. RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta etapa apresentam-se os resultados e as análises dos dados da pesquisa de campo realizada nas micro e pequenas empresas de São Luís/MA em janeiro de 2006. Todos os resultados da pesquisa serão apresentados em tabelas e gráficos que mostram a distribuição conforme o questionário aplicado.

Para realizar-se a pesquisa de campo foi necessário considerar os seguintes indicadores:

- a) Identificação da empresa**
- b) Perfil do sócio administrador**
- c) Planejamento**

a) Identificação da empresa

Na identificação da empresa avalia-se: Razão social e nome de fantasia, bairro, tempo de atividade, setor de atividade principal, ramo de atividade, quantos sócios têm a empresa, se a empresa opta pelo SIMPLES, quantos empregados possuem, (número total entre registrados e não registrados) e faturamento médio anual bruto.

b) Perfil do sócio administrador

O perfil do sócio administrador permite conhecer o sexo, estado civil, grau de escolaridade e faixa etária dos empresários entrevistados.

c) Planejamento

No Planejamento procurou-se descobrir como o empresário se preparou para abrir sua empresa, atividade que exercia antes, qual sua experiência, quais os motivos que o levaram a abrir seu negócio, se procurou alguma assessoria e quais as dificuldades encontradas.

4.1 Identificação da empresa

Tabela 35 - Bairros com a maior quantidade de empresas – São Luís/MA

(1) EM QUAL BAIRRO SUA EMPRESA ESTÁ ESTABELECIDADA?		
	f	(%)
Cohab	63	18,37%
Cohatrac	50	14,58%
João Paulo	49	14,29%
São Francisco/Renascença	44	12,83%
São Cristóvão	40	11,66%
Centro	34	9,91%
Cidade Operária	28	8,16%
Vinhais/Curva do Noventa	26	7,58%
Cohama	9	2,62%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

A tabela 35, conjugada com a fig.03, permite visualizar os bairros com maior incidência de micro e pequenas empresas em São Luís/MA. Os bairros classificam-se como varejistas e prestadores de serviços, possuem características parecidas entre eles. Os bairros da Cohab, Cohatrac, Cidade Operária e São Cristóvão são interligados, apenas mudando de nome e extensão, localizados em setor mais afastado do Centro da Cidade. Os bairros São Francisco e Renascença são bairros com população de maior poder aquisitivo, neles, micro e pequenas empresas misturam-se com prédios e casas residenciais. Os bairros Vinhais, Curva do Noventa e Cohama são bairros seqüenciados, cuja característica preponderante é o comércio e a prestação de serviço. Já os bairros João Paulo e Centro estão localizados na parte considerada antiga da Cidade, não pertencendo ao patrimônio histórico.

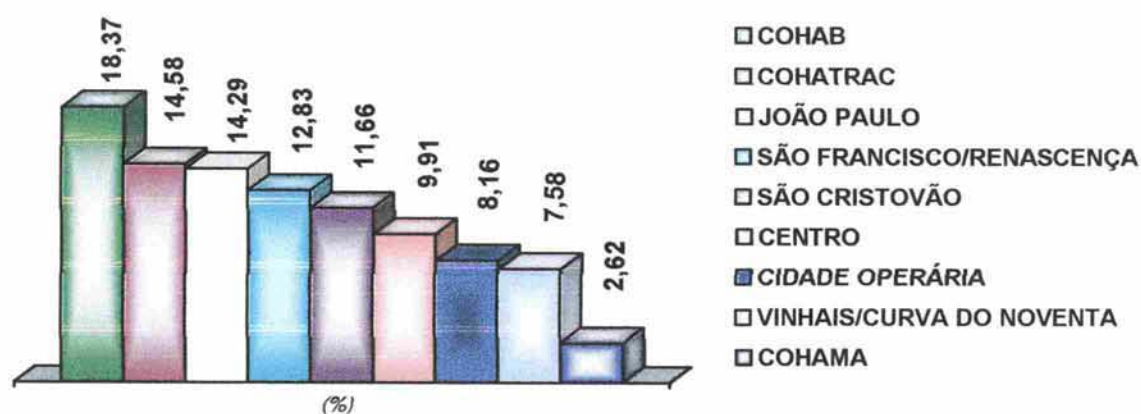


Figura 03 - Bairros com a maior quantidade de empresas – São Luís/MA

Tabela 36 - Tempo de atividade das empresas pesquisadas em São Luís/MA.

(4) TEMPO DE ATIVIDADE		
	f	(%)
5 ou mais anos	167	48,69%
1 a 2 anos	64	18,66%
3 a 4 anos	58	16,91%
Menos de 1ano	54	15,74%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Percebe-se pela maior frequência que às micro e pequenas empresas pesquisadas de São Luís/MA, têm idade superior a 5 anos com 48,69% das respostas. Se compararmos com a taxa de mortalidade apurada no Estado do Maranhão através da pesquisa realizada pelo Sebrae/Ma (2004), onde revela que 64,4% das empresas encerram suas atividades com até dois anos de existência, 57,6% com até três anos e 51,3% não sobrevivem além dos 4 anos, na mesma pesquisa foi identificado como as principais causas de encerramento das empresas maranhenses a falta de habilidades gerenciais, capacidade empreendedora e logística operacional. Portanto, pode-se deduzir que 51,31% de empresas pesquisadas estão propensas à extinção se não buscarem auxílio no seu desenvolvimento.

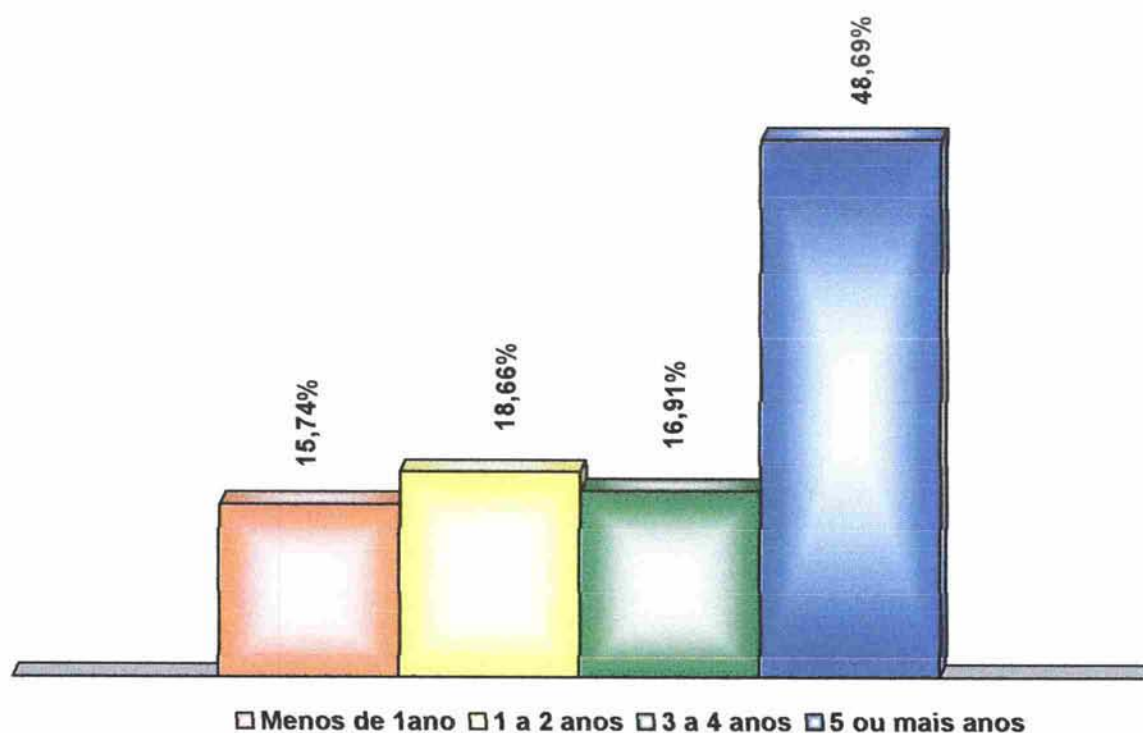


Figura 04 - Tempo de atividade das empresas pesquisadas em São Luís/MA.

Tabela 37 - Setor de atividade principal das empresas em São Luís/MA.

(5) QUAL O SETOR DE ATIVIDADE PRINCIPAL?		
	F	(%)
Comércio	280	81,63%
Prestação de Serviço	52	15,16%
Outros	6	1,75%
Indústria	5	1,46%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Segundo o número de empresas, o comércio desponta como a principal atividade econômica, **81,63%** das empresas pesquisadas, seguido das empresas prestadoras de serviço com **15,16%**. Comparando com dados do IBGE (2002) onde 50,08% das micro e pequenas empresas brasileiras são do setor do comércio, 37,61% prestadoras de serviços, 9,76% indústrias e 2,55% construção, percebe-se em São Luís/MA, **31,55%** das atividades são provenientes do setor comercial, taxas superiores se comparadas com o Brasil, pode-se deduzir que o setor prestação de serviços, construção e indústria são menos exploradas em São Luís.

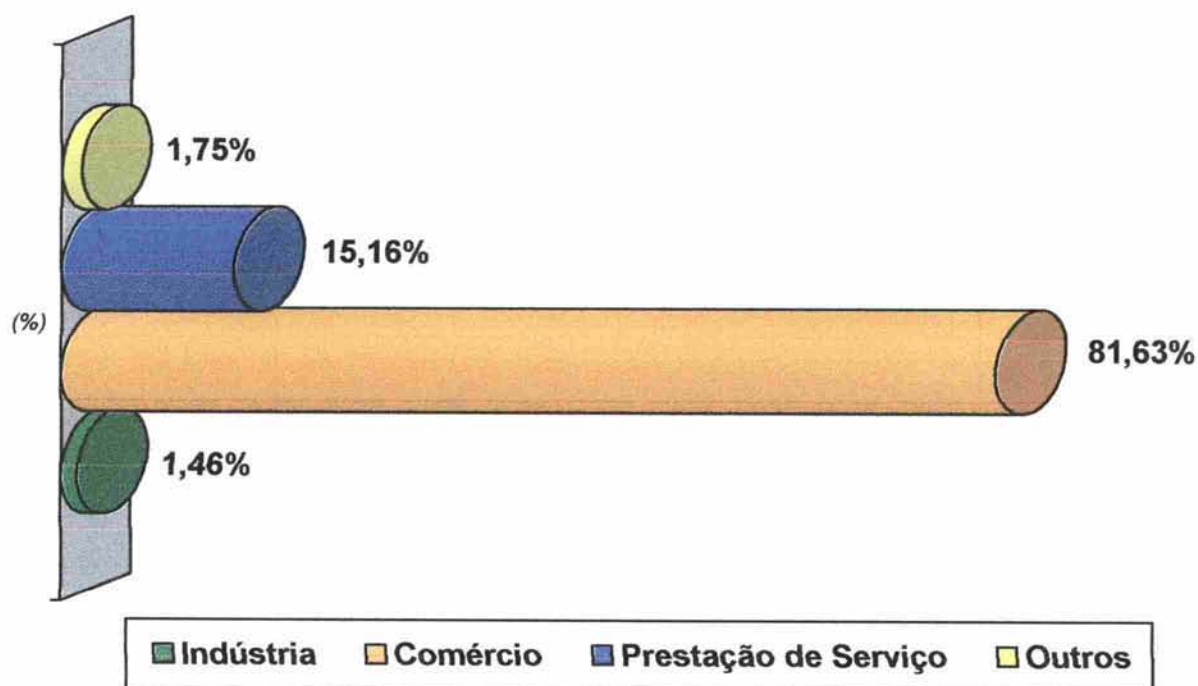


Figura 05 - Setor de atividade principal das empresas em São Luís/MA.

Tabela 38 - Ramo de atividade das empresas pesquisadas em São Luís/MA.

(6) QUAL É O RAMO DE ATIVIDADE?		
	f	(%)
Vestuários	64	18,66%
Informática/Eletrônica/serviços	32	9,33%
Presentes/Variiedades	33	9,62%
Alimentação	29	8,45%
Papelaria/Livraria	25	7,29%
Materiais de Construção	21	6,12%
Peças e Acessórios carros e motos	16	4,66%
Entretenimento	13	3,79%
Cosméticos/beleza	13	3,79%
Calçados	13	3,79%
Mercado	12	3,50%
Artigos de festa	10	2,92%
Comunicação/Marketing/Propaganda	10	2,92%
Farmácias	10	2,92%
Móveis/eletroeletrônicos/Indústrias	7	2,04%
Administração de Imóveis	4	1,17%
Diversos	31	9,04%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Conforme tabela 38 visualizamos porque o comércio em São Luís é mais explorado, se somarmos os tipos de atividades percebe-se que 81,63% das empresas respondentes são comerciais e 15,16% são prestadoras de serviços. Restando apenas 3,21% para as atividades de indústrias entre outras.

Destacam-se com maior frequência as atividades de vestuário com 18,66%, informática com 9,33%, presentes e variedades 9,62% e alimentação (mercearias e restaurantes) 8,45%.

Tabela 39 - Quantos sócios possuem as empresas de São Luís/MA.

(7) QUANTOS SÓCIOS A EMPRESA POSSUI?		
	f	(%)
Um (Empresa Individual)	245	71,43%
Dois	90	26,24%
Três	5	1,46%
Acima de Três	3	0,87%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Verifica-se através das percentagens, que às micro e pequenas empresas pesquisadas apresentam um número reduzido de sócios, **71,43%** são empresas com um proprietário, ou seja, empresas geridas e administradas por apenas uma pessoa, o próprio dono, seguido de **26,24%** com dois sócios e **2,33%** possuem mais de três sócios.

Pode-se valer da hipótese que quanto menor a empresa, maior é a chance do seu desaparecimento do mercado.

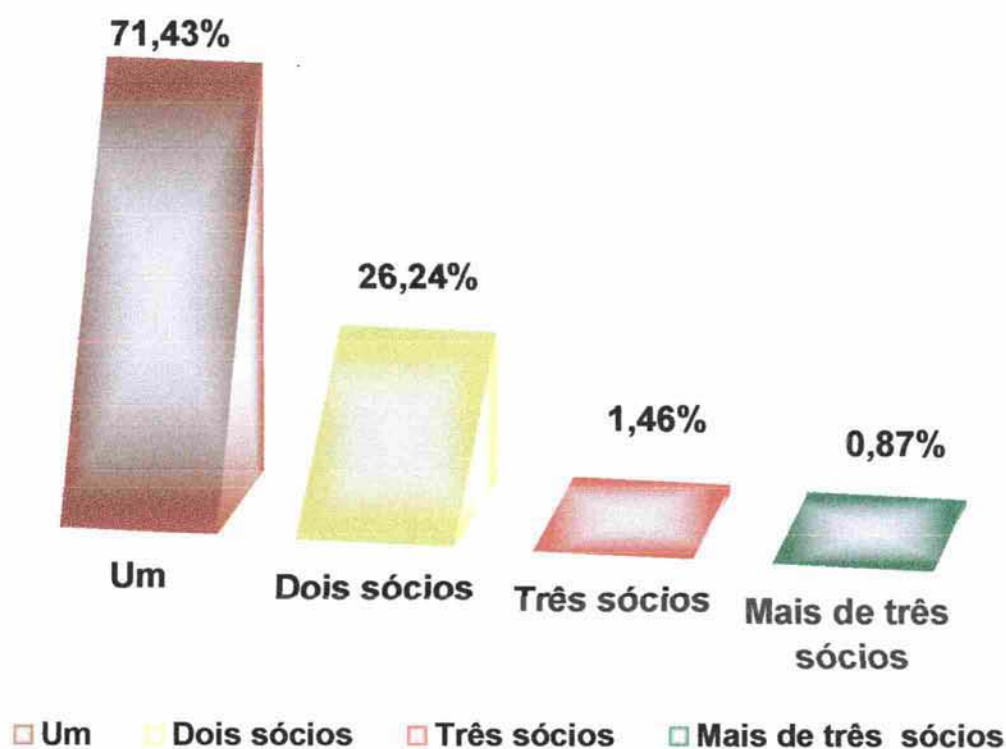


Figura 06 - Quantos sócios possuem as empresas de São Luís/MA.

Tabela 40 – Empresas de São Luis/MA optantes do sistema SIMPLES

(8) SUA EMPRESA OPTA PELO SIMPLES?		
	F	(%)
Sim	284	82,80%
Não	59	17,20%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Conforme tabela 40 visualiza-se que **82,80%** das empresas pesquisadas **são optantes do Simples** - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte. De acordo com a Receita Federal o sistema do Simples está em vigor desde 1.º de janeiro de 1997. Consiste no pagamento unificado dos seguintes impostos e contribuições: IRPJ, PIS, COFINS, CSLL, INSS Patronal e IPI (se for contribuinte do IPI). A inscrição no Simples dispensa a pessoa jurídica do pagamento das contribuições instituídas pela União, como as destinadas ao SESC, ao SESI, ao SENAI, ao SENAC, ao SEBRAE, e seus congêneres, bem como as relativas ao salário-educação e à Contribuição Sindical Patronal. O Simples poderá incluir o ICMS e/ou o ISS devido por microempresa e/ou empresa de pequeno porte, desde que o Estado e/ou o Município em que esteja estabelecida venha aderir ao Simples mediante convênio.



Figura 07 - Empresas de São Luís/MA optantes do sistema SIMPLES

Tabela 41 - Quantas pessoas ocupadas nas empresas de São Luís/MA (nº. total entre registrados e não registrados)

(9) NÚMERO DE OCUPAÇÕES? (Empregados registrados e não registrados)		
	f	(%)
Até 09 empregados	314	91,55%
De 10 a 19 empregados	17	4,96%
De 20 a 49 empregados	10	2,92%
De 100 a 499 empregados	2	0,58%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Verifica-se através das percentagens que **91,55%** das empresas pesquisadas **possuem até nove empregados**. Considerando o critério adotado no Estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte o SEBRAE também utiliza o conceito de pessoas ocupadas nas empresas, principalmente nos estudos e levantamentos sobre a presença da micro e pequena empresa na economia brasileira, conforme os seguintes números:

- **Microempresa:** I) na indústria e construção: até 19 pessoas ocupadas;
II) no comércio e serviços, até 09 pessoas ocupadas;
- **Pequena empresa:** I) na indústria e construção: de 20 a 99 pessoas ocupadas;
II) no comércio e serviços, de 10 a 49 pessoas ocupadas.

Pode-se concluir que as empresas de São Luís são em sua maioria empresas de micro e pequeno porte, adotando qualquer um dos critérios acima descritos.

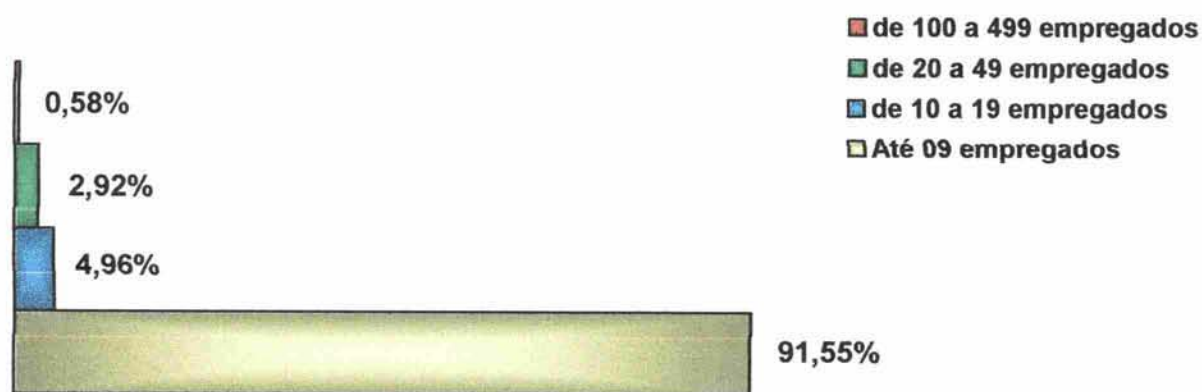


Figura 08 - Quantas pessoas ocupadas nas empresas de São Luís/MA (nº. total entre registrados e não registrados).

Tabela 42 - Faturamento médio mensal anual das empresas de São Luís/MA.

(10) FATURAMENTO MÉDIO ANUAL BRUTO		
	f	(%)
Até R\$ 433.755,14	316	92,13%
De R\$ 433.755,14 a R\$ 2.133.222,00	24	7,00%
Acima de R\$ 2.133.222,00	3	0,87%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Conforme o Estatuto de 1999, o critério adotado para conceituar micro e pequena empresa é a receita bruta anual, cujos valores foram atualizados pelo Decreto nº. 5.028/2004, de 31 de março de 2004, o limites atuais são os seguintes: **Microempresa:** 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) e **Empresa de Pequeno Porte:** receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais). Atualmente, os critérios vêm sendo adotados em diversos programas de crédito do governo federal em apoio às MPEs. O regime simplificado de tributação SIMPLES também adota o critério do Estatuto, para enquadrar pequena empresa, em diversos regimes simplificados de tributação dos Estados.

Verifica-se através das percentagens acima que **92,13% das empresas pesquisadas são microempresas, 7% são empresas de pequeno porte** e apenas **0,87%** são empresas de médio e grande porte.

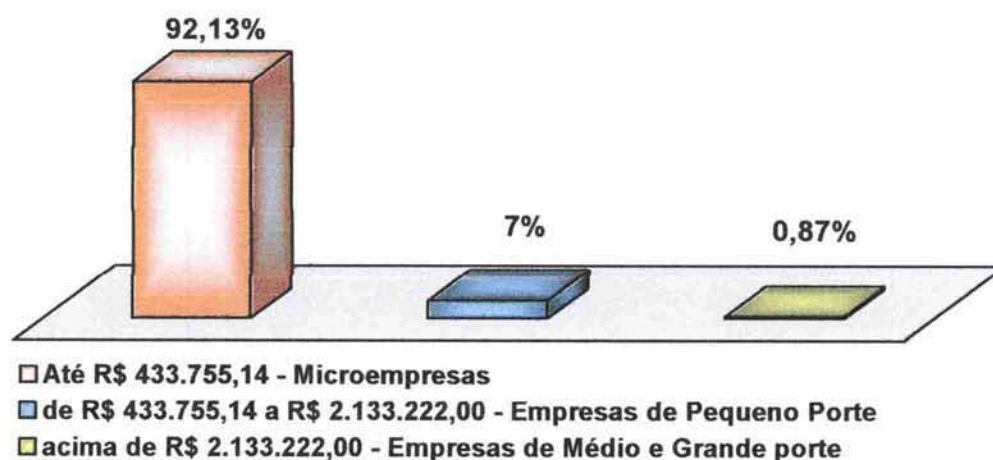


Figura 09 - Faturamento médio mensal anual das empresas de São Luís/ MA.

4.2 Perfil do sócio administrador

Tabela 43 - Sexo dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.

(11) SEXO DO ADMINISTRADOR DA EMPRESA		
	F	(%)
Masculino	194	56,56%
Feminino	149	43,44%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Confere-se **56,56%** dos administradores e/ou proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA, são do sexo masculino e **43,44%** do sexo feminino, portanto, uma diferença de **13,12%** do total pesquisado.

Quando se compara a pesquisa realizada em São Luís/MA com outro Estado como São Paulo/Sebrae/SP, temos: sete em cada dez empresas não consegue chegar ao 6º ano de atividade no Estado de São Paulo, no Maranhão até o 5º ano de atividade, um ano de diferença. 68% dos proprietários das empresas abertas e extintas entre 1995 e 1999 são do sexo masculino, no Maranhão 66% entre 2000 e 2002 são do sexo masculino, diferença de 2%.

Apesar da crescente participação das mulheres no mercado de trabalho como um todo, especificamente no caso das novas empresas, a participação relativa das mulheres como proprietárias manteve-se relativamente estável nos períodos pesquisados.

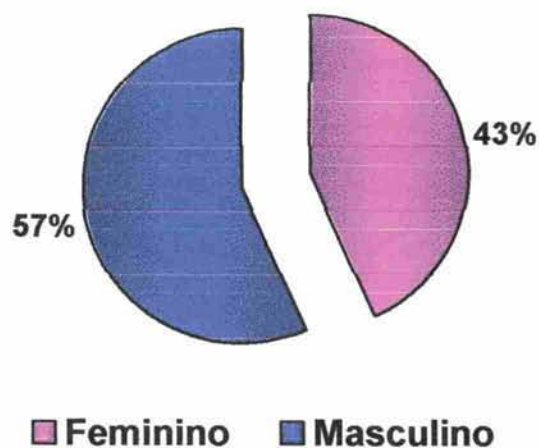


Figura 10 - Sexo dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/Ma

Tabela 44 - Estado Civil dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.

(12) ESTADO CIVIL DO ADMINISTRADOR DA EMPRESA		
	f	(%)
Casado (a)	222	64,72%
Solteiro (a)	84	24,49%
Separado (a)	22	6,41%
Marital	11	3,21%
Viúvo (a)	4	1,17%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Verifica-se através das percentagens que 64,72% dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas são casados. O Sebrae cita que o “empreendedor é a pessoa que gera, acumula e distribui riqueza a partir de um sonho, ideal ou necessidade de sobrevivência. Sendo que a princípio, ele visa melhorar a condição social de sua família, dividindo com sua mulher as tarefas iniciais. Posteriormente, os filhos são envolvidos, às vezes precocemente, nas operações da firma, criando-se assim uma sociedade familiar que vai gerar ao longo dos anos uma série de questões mais complexas do que a simples administração de uma atividade comercial ou industrial”.

Portanto deve-se investigar mais profundamente se as empresas de São Luís/MA possuem características de empresas familiares. Nessa pesquisa revela-se apenas o estado civil.

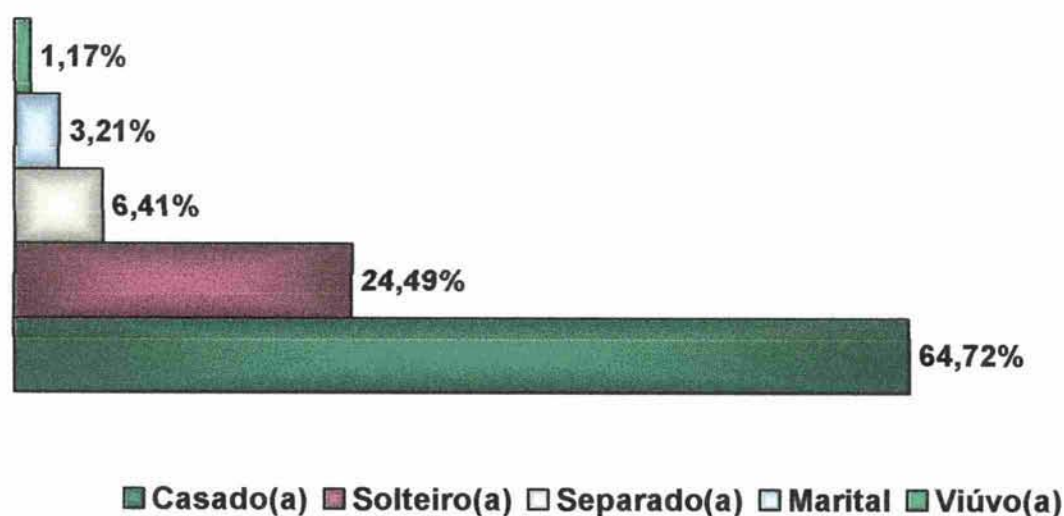


Figura 11 - Estado civil dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.

Tabela 46 - Escolaridade dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.

(14) ESCOLARIDADE DO ADMINISTRADOR DA EMPRESA		
	f	(%)
Ensino Médio Completo (2º grau)	188	54,81%
Superior Completo	69	20,12%
Superior Incompleto	34	9,91%
Ensino Fundamental (1º a 4º série)	27	7,87%
Especialização	14	4,08%
Ensino Médio Incompleto (2º grau)	10	2,92%
Mestrado/Doutorado	1	0,29%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Pelas percentagens verificamos que **54,81%** dos administradores das micro e pequenas empresas de São Luís/MA, possuem apenas o ensino médio completo. Essa análise reflete aos estudos do SEBRAE (2002) que afirma ser importante o grau de escolaridade do gestor, podendo exercer impacto significativo sobre as chances de sobrevivência das empresas. Uma maior ou menor escolaridade reflete nos ambientes sociais e culturais, com diferentes níveis de acesso a oportunidades.

Na pesquisa do Sebrae/MA, sobre as taxas de mortalidade das empresas maranhenses, detectou-se que apenas 11% dos indivíduos administradores, possuíam o Superior completo.

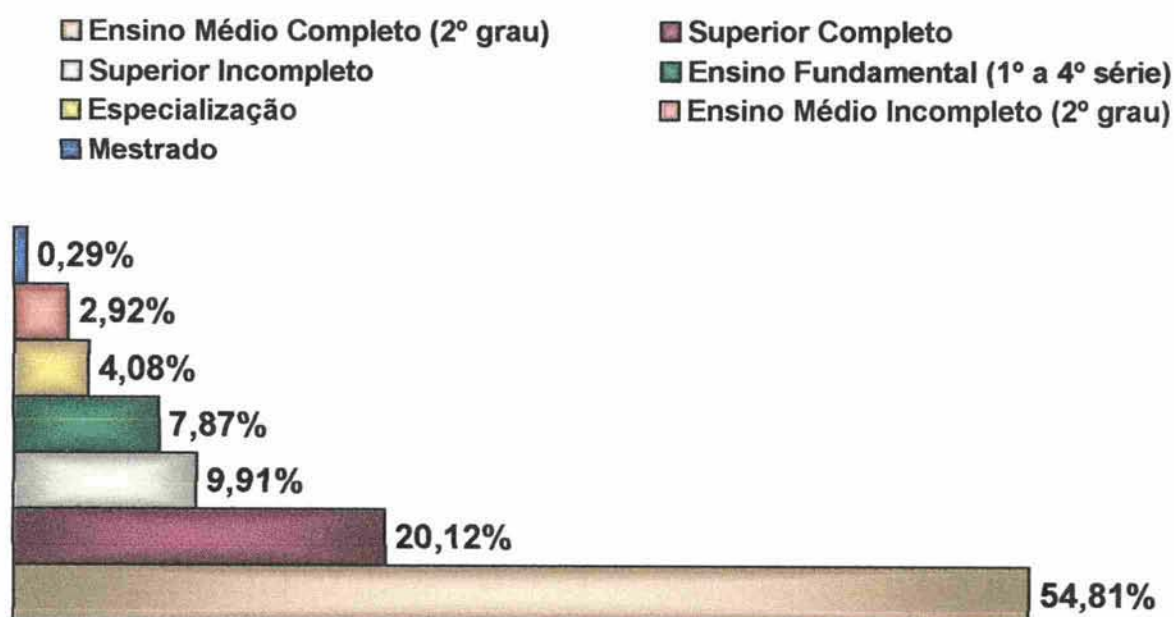


Figura 13: Escolaridade dos administradores e proprietários das micro e pequenas empresas de São Luís/MA.

4.3 Planejamento

Tabela 47 - Qual a principal atividade exercida pelo empresário de São Luís/MA antes de constituir a empresa.

(15) QUAL A PRINCIPAL ATIVIDADE QUE EXERCIA ANTES DE CONSTITUIR A EMPRESA?		
	f	(%)
Funcionário de empresa privada	136	39,65%
Autônomo	100	29,15%
Outros	38	11,08%
Funcionário de empresa pública	33	9,62%
Estudante	33	9,62%
Aposentado/Pensionista	3	0,87%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Através das percentagens apresentadas 39,65% dos empresários eram funcionários de empresas privadas e 29,15% pessoas que exerciam funções autônomas. Coincidentemente a pesquisa realizada pelo Sebrae/MA, sobre as taxas de mortalidade das empresas maranhenses aponta que 31,6% eram pessoas que exerciam cargos anteriores de autônomos e 26,3% funcionários de empresas privadas. Sendo que a metade dos empresários entrevistados tinha na empresa a única fonte de renda no primeiro ano de atividade.

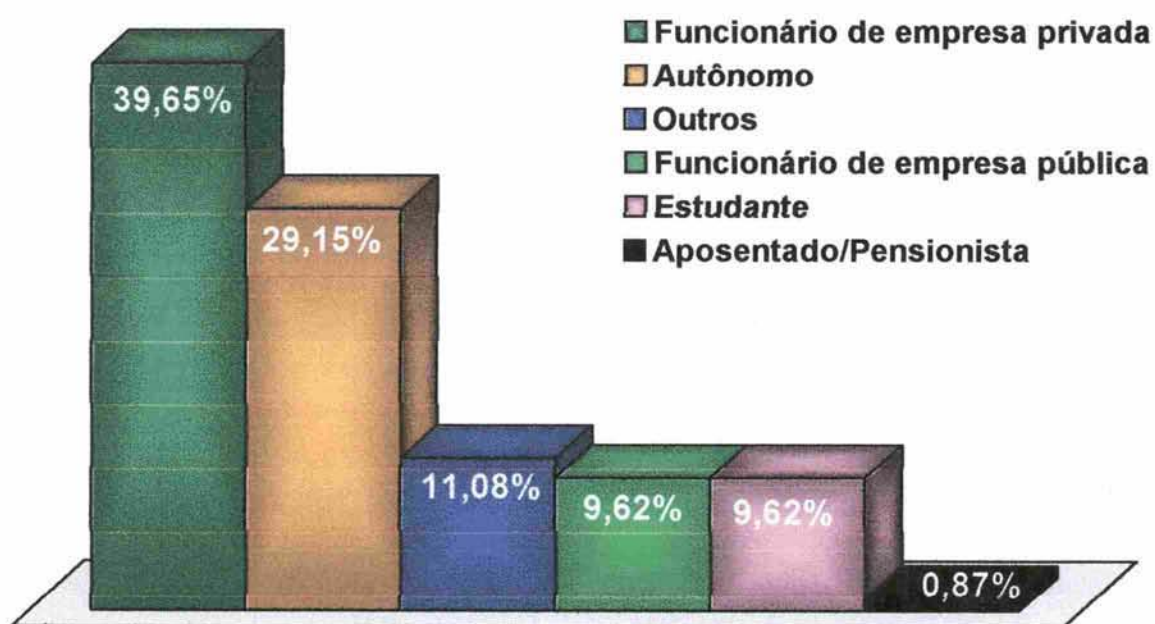


Figura 14 – Qual a principal atividade exercida pelo empresário de São Luís/MA, antes de constituir a empresa.

Tabela 48 - Qual a experiência ou conhecimento no ramo de atividade do empresariado de São Luís/MA.

(16) QUAL É SUA EXPERIÊNCIA OU CONHECIMENTO NESSE RAMO DE ATIVIDADE?		
	TOTAL	(%)
Trabalhava em empresa do mesmo ramo	106	30,90%
Pesquisou/estudou sobre o ramo e se interessou	92	26,82%
Alguém da família tinha experiência no ramo de atividade	89	25,95%
Trabalhou como autônomo nesse ramo	53	15,45%
Outras	3	0,87%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Conferimos que **30,90%** dos empresários trabalhavam em empresas do mesmo ramo de atividade, **26,82%** pesquisou/estudou sobre a atividade, **25,95%** tinha alguém da família que possuía experiência no ramo e **15,53%** já tinha trabalhado como autônomo no mesmo ramo. No entanto, aparentemente, parece que os administradores possuem experiência no ramo que atuam, mas, segundo a pesquisa do Sebrae/Ma, sobre as taxas de mortalidade das empresas maranhenses entre 2000 a 2002, as principais razões de extinção das empresas são inerentes a falta de habilidades gerenciais, haja vista que 29,6% dos proprietários eram autônomos e 23,1% não procuraram nenhum auxílio ou consultoria para gerenciar o empreendimento.

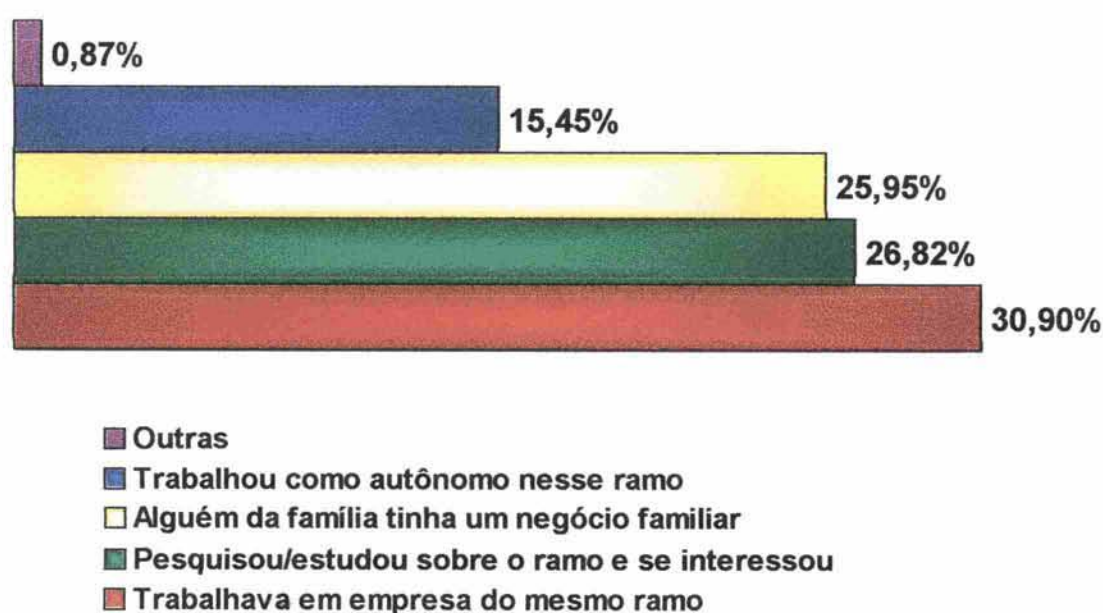


Figura 15 - Qual a experiência ou conhecimento no ramo de atividade do empresariado de São Luís/MA

Tabela 49 – Porque o empresário de São Luís/MA resolveu constituir sua empresa.

(17) PORQUE RESOLVEU CONSTITUIR OU PARTICIPAR DESSA EMPRESA?		
	f	(%)
Desejo de ter o seu próprio negócio	254	74,05%
Estava desempregado	30	8,75%
Estava insatisfeito no emprego	20	5,83%
Por influência de outras pessoas	16	4,66%
Tempo disponível	14	4,08%
Outros	9	2,62%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Conforme a percentagem apresentada **74,05% dos entrevistados desejava ter o seu próprio negócio**, se compararmos com os dados apresentados na Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2004), percebe-se porque o Brasil se mantém, na lista dos 34 países, entre os sete que mais empreendem no mundo, no sentido de montar um negócio próprio.

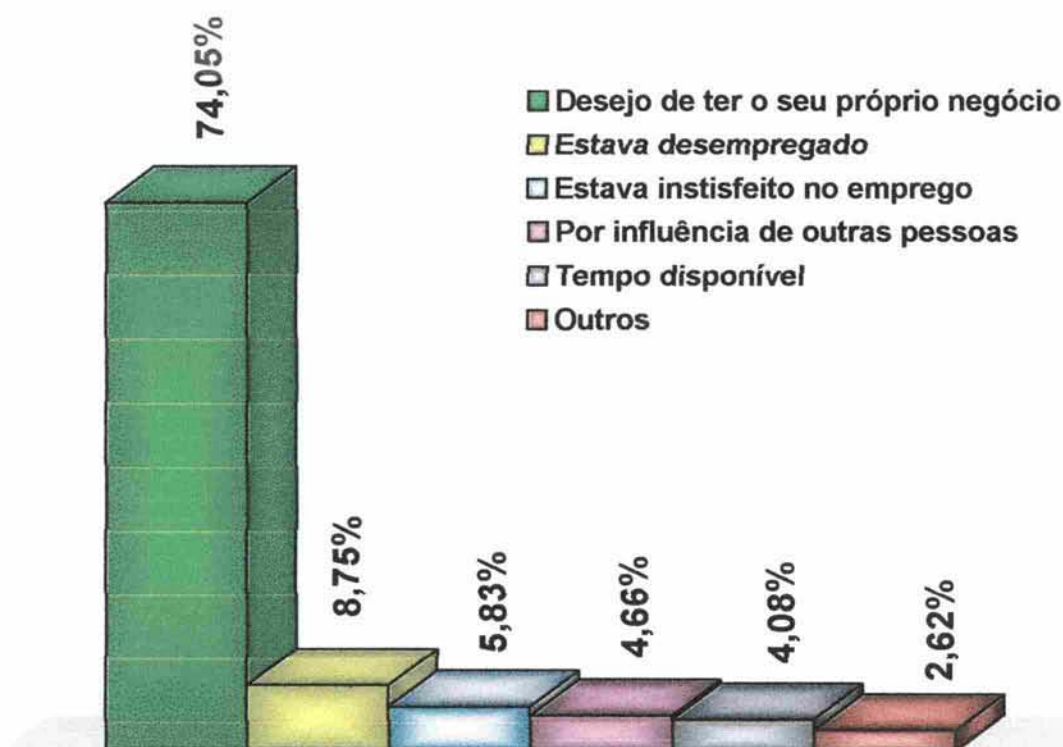


Figura 16 - Porque o empresário de São Luís/MA resolveu constituir sua empresa.

Tabela 50 - O empresário de São Luís/MA obteve alguma ajuda especializada para iniciar seu negócio.

(18) OBTVEU ALGUMA AJUDA ESPECIALIZADA PARA INICIAR SEU NEGÓCIO?		
	f	(%)
Nenhuma	265	77,26%
Pessoas com experiência no ramo	53	15,45%
SEBRAE	10	2,92%
Outras	7	2,04%
SENAC	5	1,46%
SENAI	3	0,87%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Percebe-se claramente que a maioria **77,26% dos empresários das micro e pequenas empresas não obtiveram orientação especializada para abrir suas empresas**, em seguida **15,45%** buscaram informações através de pessoas com experiência no ramo e apenas **2,92%** procurou o SEBRAE.

A importância da procura de assessoria/auxílio na condução dos negócios da empresa é mais uma vez demonstrada pelos resultados obtidos.

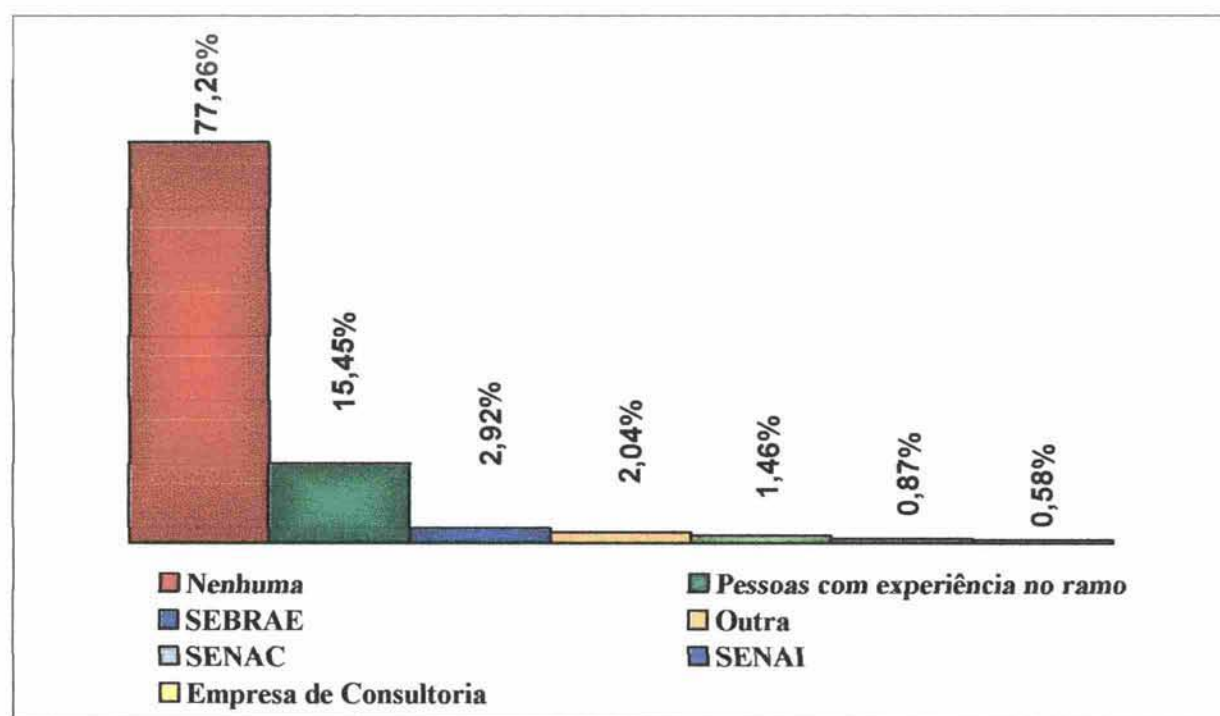


Figura 17 - O empresário de São Luís/MA obteve alguma ajuda especializada para iniciar seu negócio.

Tabela 51 – O que o futuro empresário de São Luís/MA verificou antes abrir sua empresa.

(19) ANTES DE ABRIR SUA EMPRESA VERIFICOU?		
	f	(%)
Aspectos Legais	227	30,76%
Quem seria os fornecedores	176	23,85%
Produtos da concorrência	143	19,38%
Clientela	135	18,29%
Custo do Investimento	29	3,93%
Outros	28	3,79%
TOTAL	738	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma resposta

Conforme as percentagens apresentadas **30,76%** dos entrevistados procuraram **verificar os aspectos legais** para constituir a empresa, **23,85%** avaliou quem seriam os fornecedores, **19,38%** se preocupou com os produtos da concorrência e **18,29%** com a clientela.

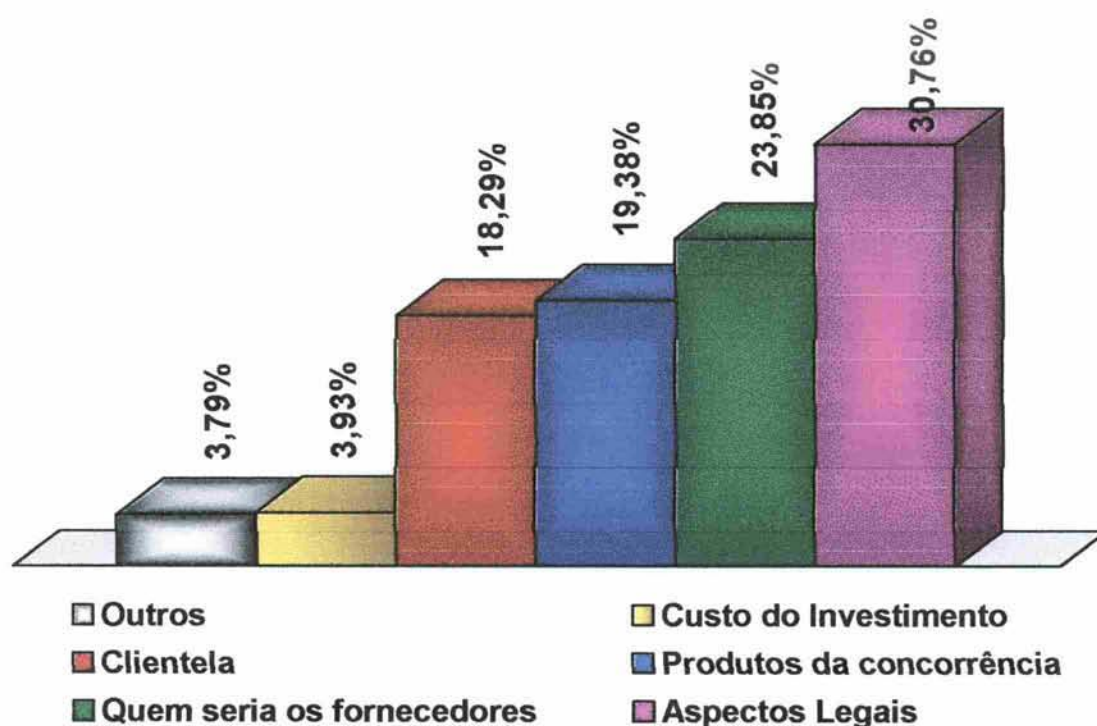


Figura 18 - O que o futuro empresário de São Luís/MA verificou antes abrir sua empresa.

Tabela 52 – O empresário de São Luís/MA conhece a Marca SEBRAE.

(20) VOCÊ CONHECE A MARCA SEBRAE?		
	f	(%)
Conheço	157	45,77%
Conheço pouco, mas não sei como o SEBRAE funciona	116	33,82%
Não conheço	51	14,87%
Desconheço o SEBRAE, mas tenho interesse em conhecer.	7	2,04%
Não tenho interesse em conhecer	12	3,50%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Conforme tabela 52 percebe-se que **45,77%** das pessoas entrevistadas **conhecem a marca Sebrae**, mas, fica comprovado através da tabela 53 que **54,23%** **desconhecem os produtos e os serviços oferecidos pelo Sebrae - São Luís/MA.**

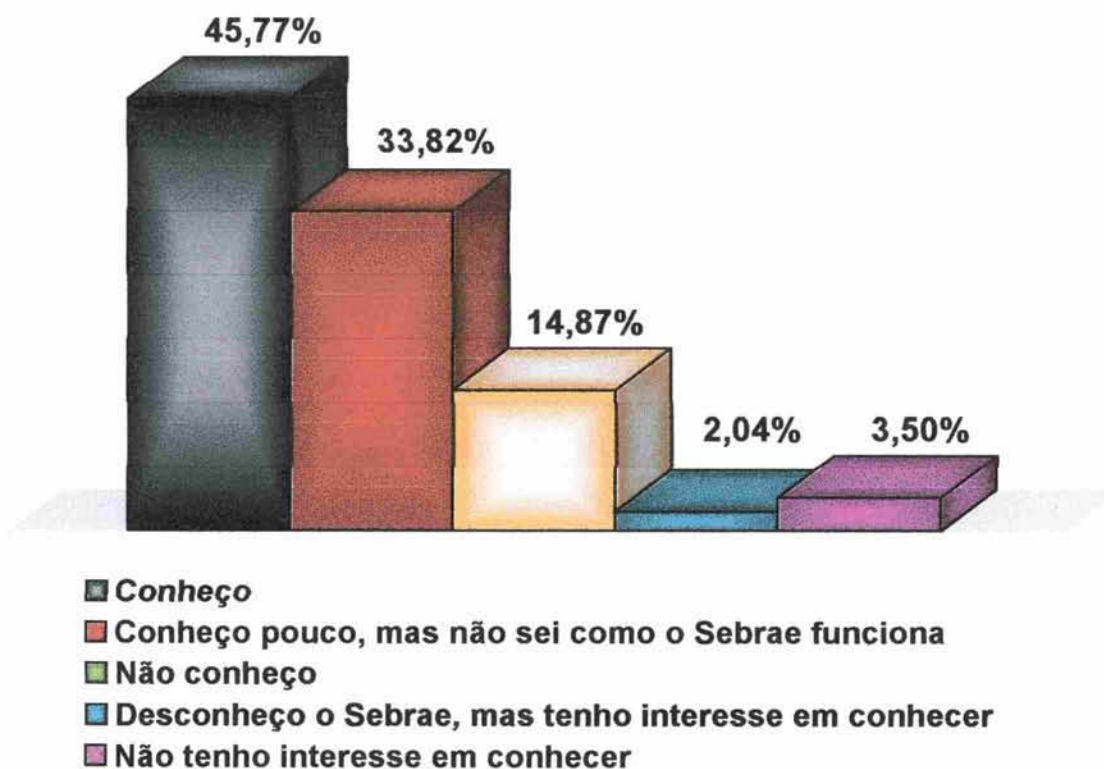


Figura 19 - O Empresário de São Luís/Ma conhece a marca Sebrae?

Tabela 53 – O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor conhece os produtos e serviços que o SEBRAE oferece.

(21) VOCÊ CONHECE OS PRODUTOS E SERVIÇOS QUE O SEBRAE OFERECE?		
	f	(%)
Não conheço	186	54,23%
Cursos	102	29,74%
Crédito	24	7,00%
Orientação empresarial	24	7,00%
Feiras	7	2,04%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Conforme tabela 53 comprovamos com 54,23%, que os empresários desconhecem os produtos e os serviços que o Sebrae – São Luís/MA, oferece.

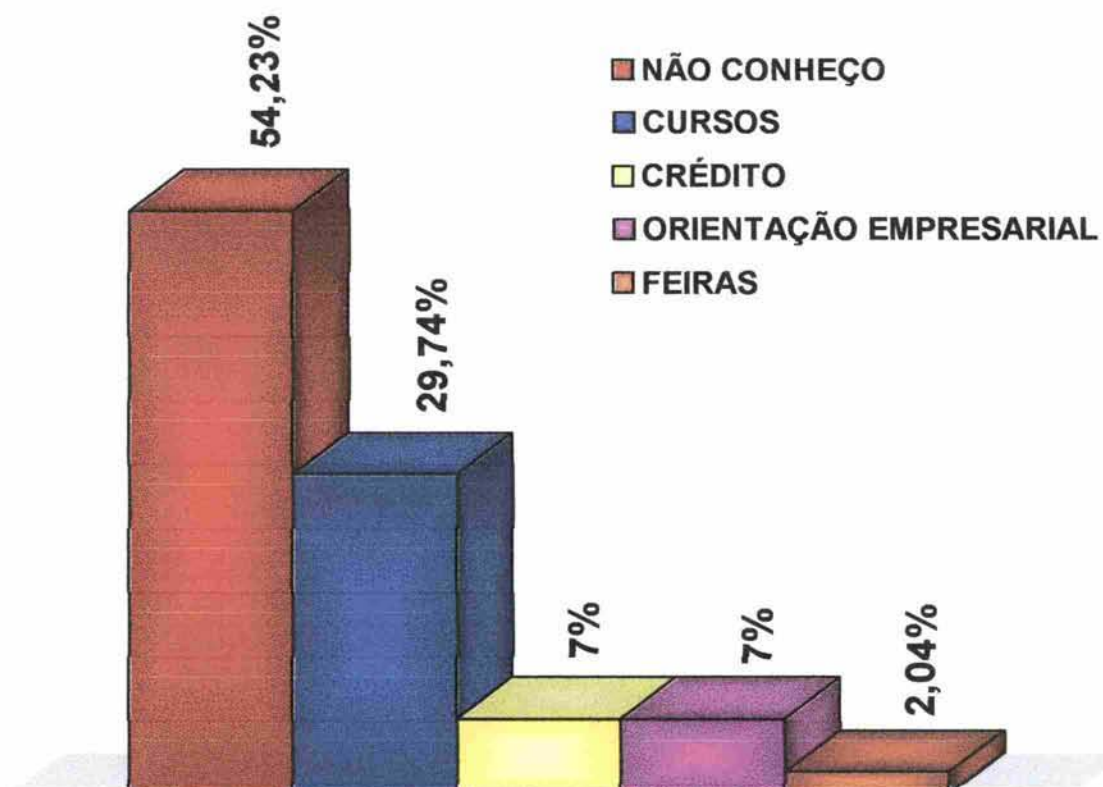


Figura 20 - O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor conhece os produtos e serviços que o SEBRAE oferece.

Tabela 54 - O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor que teve oportunidade de procurar o SEBRAE, quais foram as áreas de interesse.

(22) SE TEVE OPORTUNIDADE DE PROCURAR O SEBRAE, QUAIS FORAM AS ÁREAS DE INTERESSE?		
	F	(%)
Não procurou	216	55,53%
Cursos	61	15,68%
Orientação empresarial	44	11,31%
Crédito	30	7,71%
Treinamento	28	7,20%
Comercialização	10	2,57%
TOTAL	389	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma pergunta

Nesta tabela apresentamos as áreas de interesse que os empresários de São Luís tiveram quando buscaram auxílio ao Sebrae, **totalizado 44,47%** e ressaltamos que **55,53%**, ficando comprovado mais uma vez que a maioria dos empresários realmente não conhece os produtos e serviços oferecidos pelo Sebrae São Luís/MA.

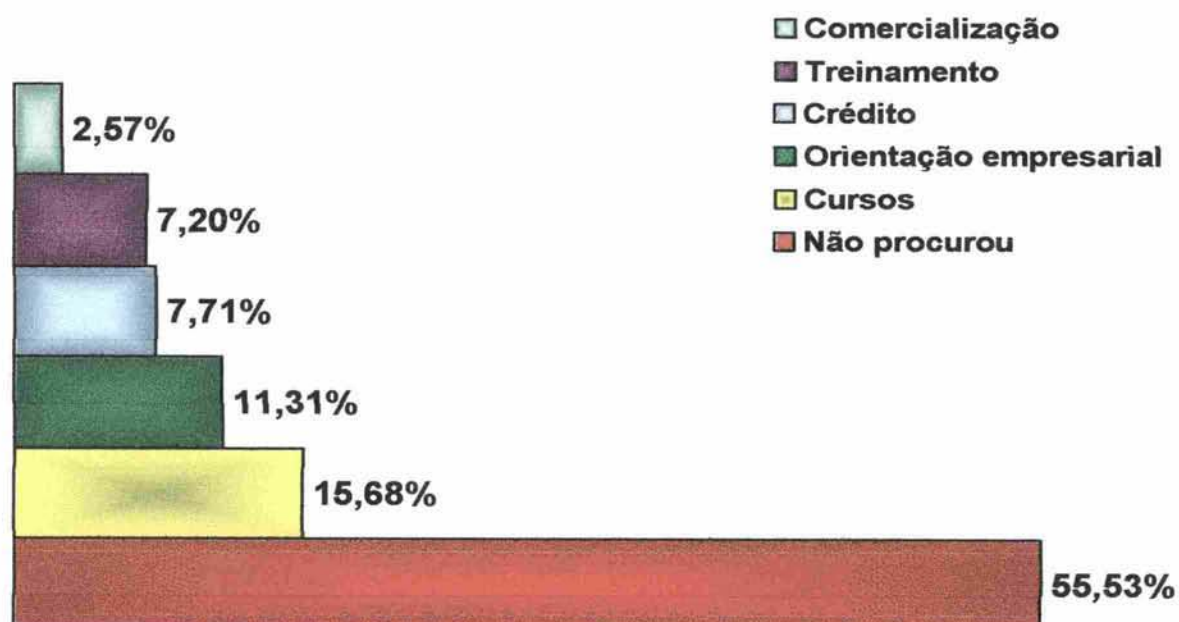


Figura 21 - O empresário de São Luís/MA ou futuro empreendedor que teve oportunidade de procurar o SEBRAE, quais foram as áreas de interesse.

Tabela 55 - Qual a principal dúvida que o empresário de São Luís/MA ou o futuro empreendedor tem a respeito do SEBRAE

(23) QUAL A SUA PRINCIPAL DÚVIDA COM RESPEITO AO SEBRAE?		
	f	(%)
Quais os produtos e Serviços que o SEBRAE oferece?	180	22,84%
Eles fazem empréstimos?	127	16,12%
Quais os treinamentos oferecidos e como ter acesso?	64	8,12%
Gostaria de saber como funciona o sistema de treinamento?	58	7,36%
A consultoria é gratuita?	55	6,98%
Como participar dos cursos Empretec?	44	5,58%
Qual o apoio do SEBRAE para pessoas que desejam começar seu negócio?	39	4,95%
Como obter ajuda do SEBRAE na questão administrativa?	32	4,06%
Como o SEBRAE pode orientar as dúvidas que tenho sobre meus clientes?	28	3,55%
A pequena empresa tem que ir ao SEBRAE ou o Sebrae vai até ela?	22	2,79%
O SEBRAE vai até o empresário para fazer diagnósticos de como ajudar?	19	2,41%
Por que o SEBRAE não vai até as empresas para orientação?	18	2,28%
Se fizer os cursos verei concretamente resultados financeiros na minha empresa? SEBRAE faz essa avaliação?	10	1,27%
O SEBRAE apóia empresas não registradas?	8	1,02%
O SEBRAE oferece orientação / consultoria contínua para as empresas?	5	0,63%
Porque o SEBRAE não divulga seus produtos e serviços?	65	8,25%
Porque o SEBRAE tem muita burocracia para atender as pequenas empresas quando é procurado?	14	1,78%
TOTAL	788	100%
TOTAL QUE DESCONHECE OS PRODUTOS E SERVIÇOS PELAS PERGUNTAS	709	89,97%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma pergunta

Como podemos observar pela tabela 55 a maioria (89,97%) dos empresários têm dúvidas ou desconhece os produtos e serviços que o Sebrae – São Luís/MA oferece.

Tabela 56 - Para o empresariado de São Luís/MA quais são as maiores dificuldades na condução da sua empresa.

(24) QUAIS AS MAIORES DIFICULDADES NA CONDUÇÃO DE SUA EMPRESA?		
	F	(%)
Carga tributária	222	39,86%
Falta de capital de giro	134	24,06%
Concorrência	73	13,11%
Localização	65	11,67%
Falta de cliente	36	6,46%
Desconhecimento da atividade	27	4,85%
TOTAL	557	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma resposta

Como observamos pela tabela as maiores dificuldades encontradas pelos empresários na condução das empresas em São Luís são: alta carga tributária com **39,86%**, falta de capital de giro 24,06% e concorrência com 13,11%. Comparando com a pesquisa do Sebrae/MA (2004), sobre as taxas de mortalidade das empresas maranhenses, temos segundo os proprietários das empresas extintas os seguintes dados: 58,7% falta de capital de giro, 36,8% falta de clientes, 36,1% concorrência e 33,8% problemas financeiros. Pode-se avaliar mais uma vez, que a falta de planejamento é inerente, devido os problemas mais comuns citados no início das atividades.

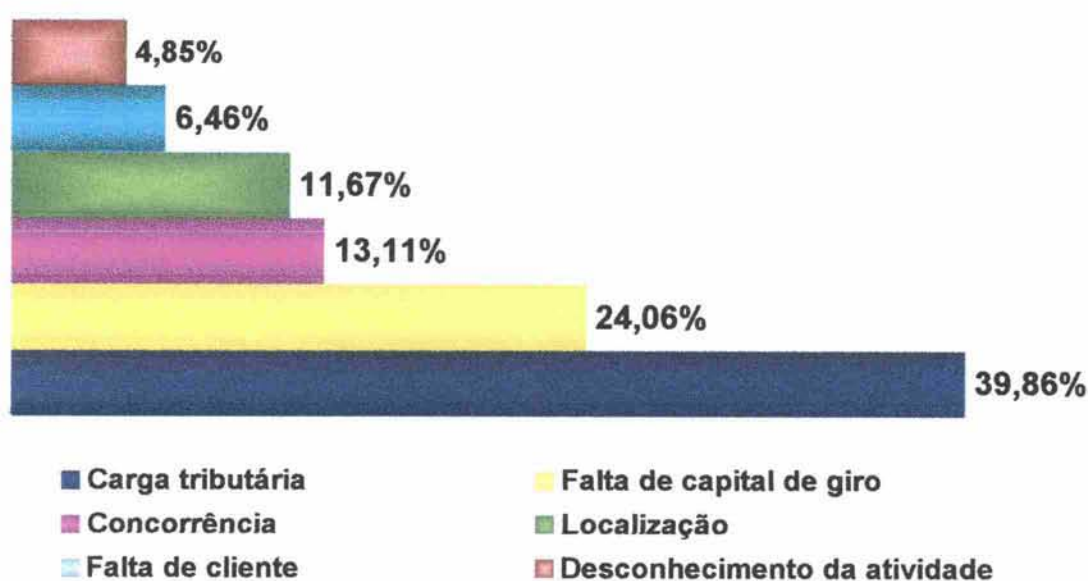


Figura 22 - Para o empresariado de São Luís/MA quais são as maiores dificuldades na condução da sua empresa.

Tabela 57 - O que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante para o sucesso de uma empresa.

(25) O QUE VOCÊ ACHA MAIS IMPORTANTE PARA O SUCESSO DE UMA EMPRESA?		
	f	(%)
Boa estratégia de vendas	264	17,00%
Capacidade de liderança	258	16,61%
Capital de giro	257	16,55%
Criatividade	246	15,84%
Administrador	241	15,52%
Cursos técnicos	162	10,43%
Entidades de classe (SEBRAE, SENAI, etc)	125	8,05%
TOTAL	1.553	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma resposta

Como podemos observar tanto pela tabela 57, quanto pela fig. 23, os empresários de São Luís/MA consideram várias alternativas para o sucesso de uma empresa, destacando-se 17% boa estratégia em vendas, 16,61% capacidade de liderança, 16,55% capital de giro, 15,84% criatividade e 15,52% administrador. Observa-se que o item entidades de classe possui menor importância com apenas 8,05%.

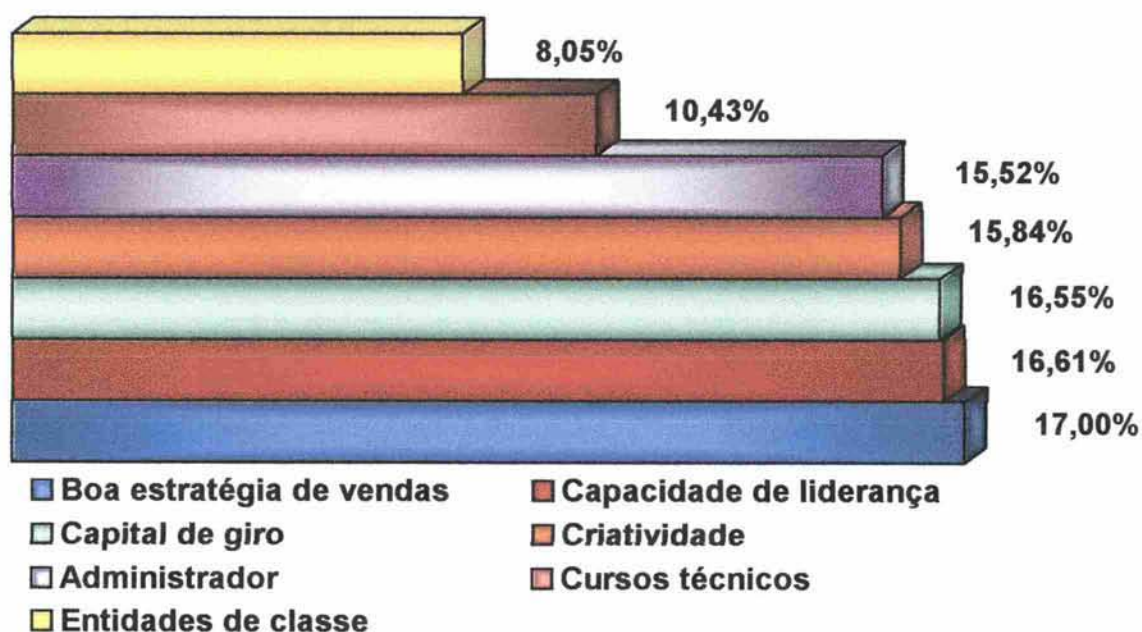


Figura 23 - O que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante para o sucesso de uma empresa.

Tabela 58 - Quais as áreas de conhecimento que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante no 1º ano de atividade.

(26) ÁREAS MAIS IMPORTANTES NO 1º ANO DE ATIVIDADE		
	f	(%)
Organização	285	14,95%
Relações humanas	266	13,96%
Vendas	266	13,96%
Planejamento	264	13,85%
Conhecimento de mercado	262	13,75%
Análise financeira	209	10,97%
Marketing/propaganda	199	10,44%
Informática	155	8,13%
TOTAL	1.906	100%

*Admitia mais de uma resposta

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Observa-se que os empresários de São Luís/MA consideram as áreas de conhecimento mais importantes no 1º ano de atividade com **14,95%** a organização, **13,96%** relações humanas, **13,96%** vendas, **13,85%** planejamento e **13,75%** conhecimento de mercado, **10,97%** análise financeira, **10,44%** propaganda e **8,13%** informática.

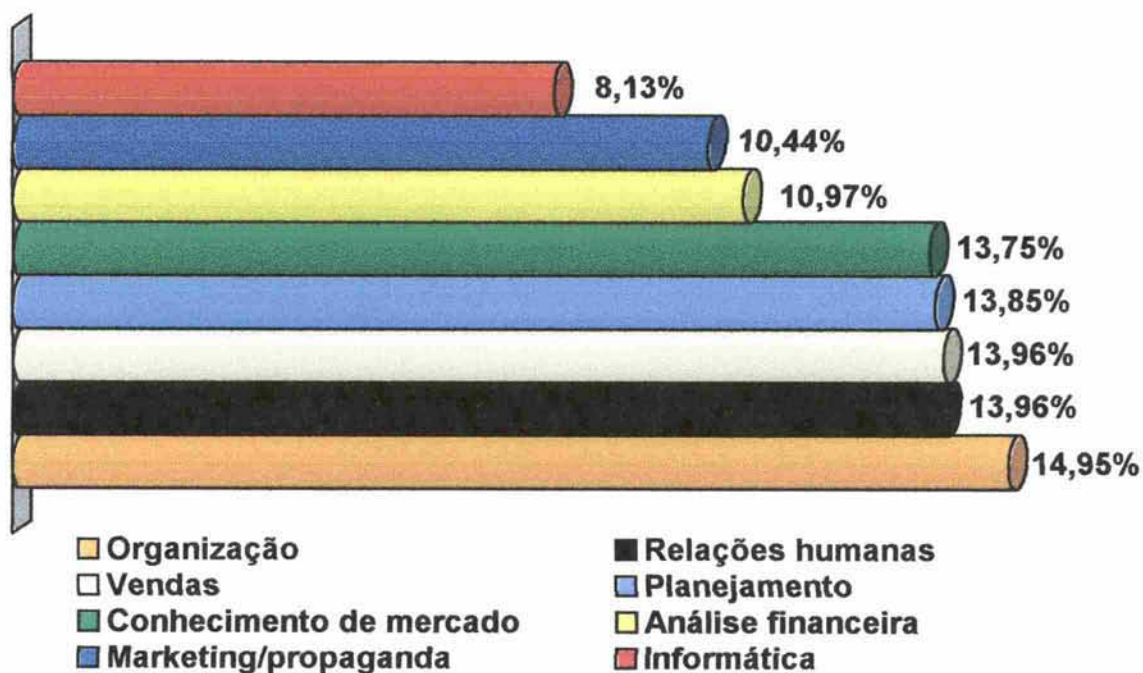


Figura 24 - Quais as áreas de conhecimento que o empresariado de São Luís/MA acha mais importante no 1º ano de atividade.

Tabela 59 - O empresário de São Luís/MA contrata ou contratou agência de propaganda e marketing?

(27) SUA EMPRESA CONTRATA OU CONTRATOU AGÊNCIA DE PROPAGANDA E MARKETING?		
	f	(%)
Nunca contratei	187	54,52%
Sim	96	27,99%
Eu mesmo faço minha propaganda	40	11,66%
Tenho interesse em contratar	15	4,37%
Já contratei, mas não gostei.	5	1,46%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Em relação à propaganda e marketing, apenas 27% das empresas já contrataram, 54% das empresas nunca contrataram, 11% fazem a própria propaganda, 4% tem interesse em contratar e apenas 1% contratou, mas não gostou.

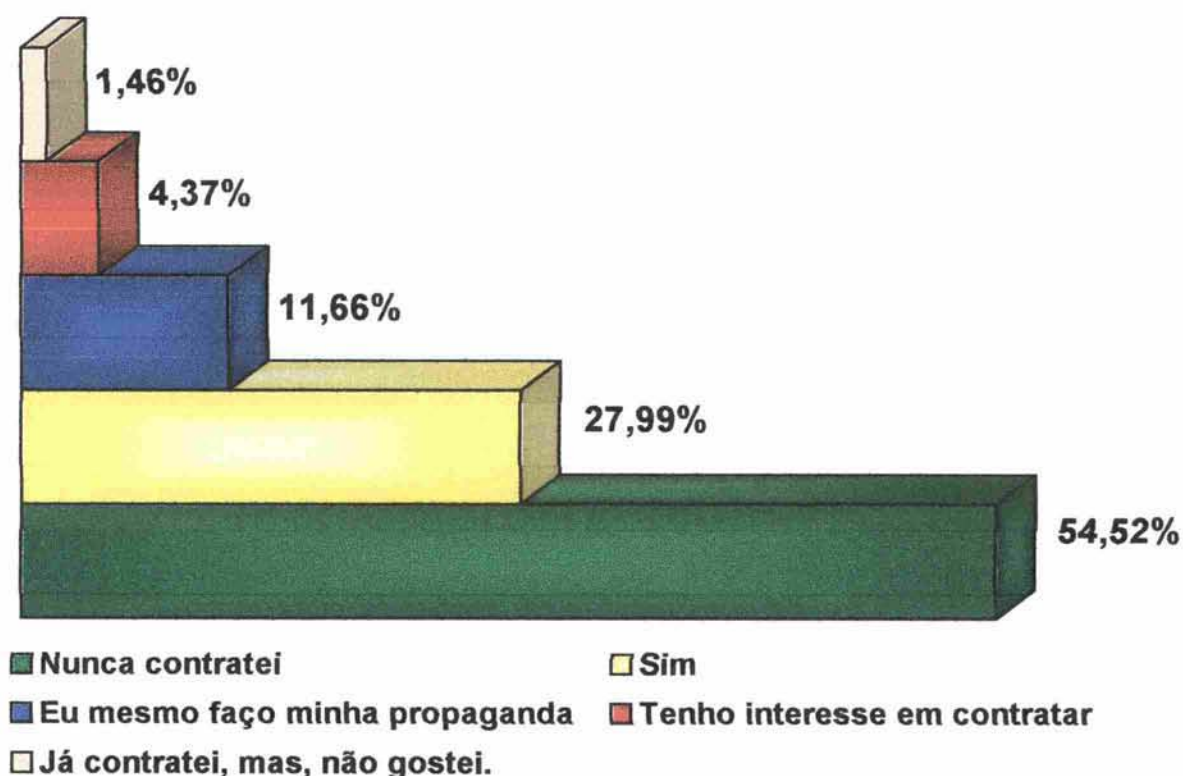


Figura 25 - O empresário de São Luís/MA contrata ou contratou agência de propaganda e marketing?

Tabela 60 - Meios de comunicação que as empresas de São Luís/MA utilizaram para comunicar seus produtos ou serviços.

(28) QUAIS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO QUE SUA EMPRESA JÁ UTILIZOU?		
	f	(%)
Panfleto	132	22,53%
Rádio	96	16,38%
Nenhum	84	14,33%
Jornal	75	12,80%
Outros	63	10,75%
Televisão	55	9,39%
Internet	34	5,80%
Outdoor	30	5,12%
Carro de Som	17	2,90%
TOTAL	586	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma resposta

Os meios de comunicação mais utilizados pelos empresários de São Luís são: **22,53%** panfletos, **16,38%** veiculações em rádio e **12,80%** jornal, **9,39%** televisão, **5,80%** internet, **5,12%** outdoor e **2,90%** carro de som.

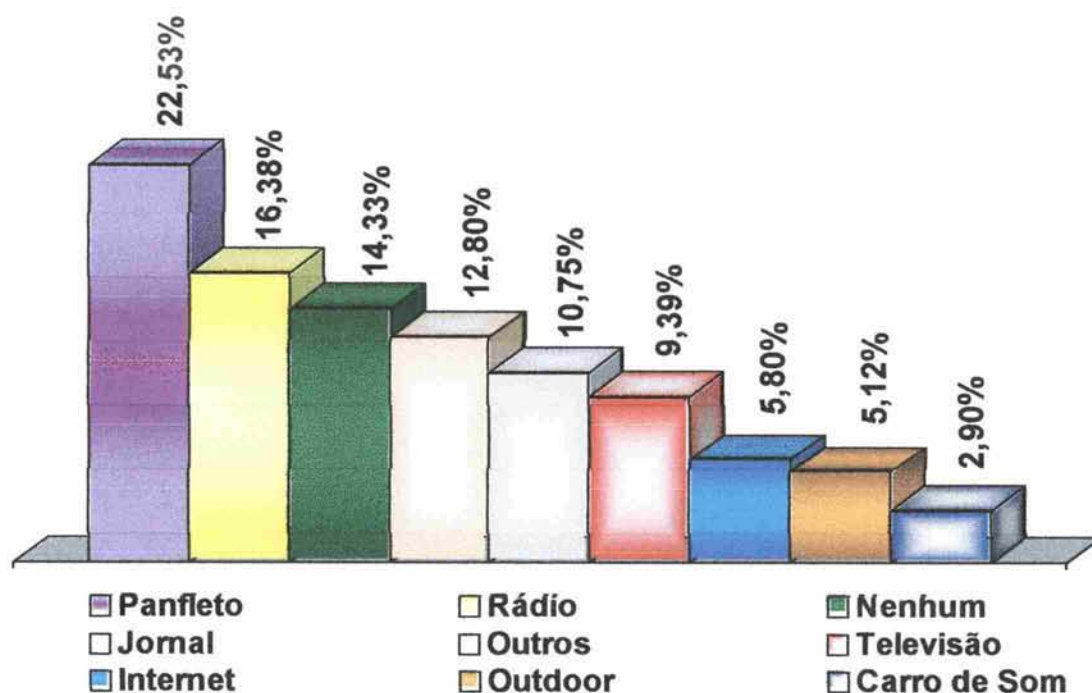


Figura 26 – Meios de comunicação que as empresas de São Luís/MA utilizaram para comunicar seus produtos ou serviços.

Tabela 61 - Os meios de comunicação que os empresários de São Luís/MA mais absorvem informações.

(29) QUAIS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO QUE VOCÊ MAIS ABSORVE INFORMAÇÃO?		
	f	(%)
Televisão	280	38,10%
Jornal	137	18,64%
Rádio	115	15,65%
Internet	75	10,20%
Outdoor	57	7,76%
Panfleto	50	6,80%
Outros	20	2,72%
Revista	1	0,14%
TOTAL	735	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma alternativa

A título de comparação, o meio de comunicação mais utilizado pelos empresários de São Luís é o panfleto com 22,53%, no entanto, o meio que eles mais absorvem informação é a televisão com 38,10%. Precisamos de um estudo adicional para verificar o porque da não utilização da televisão pelos micro e pequenos empresários de São Luís/MA.

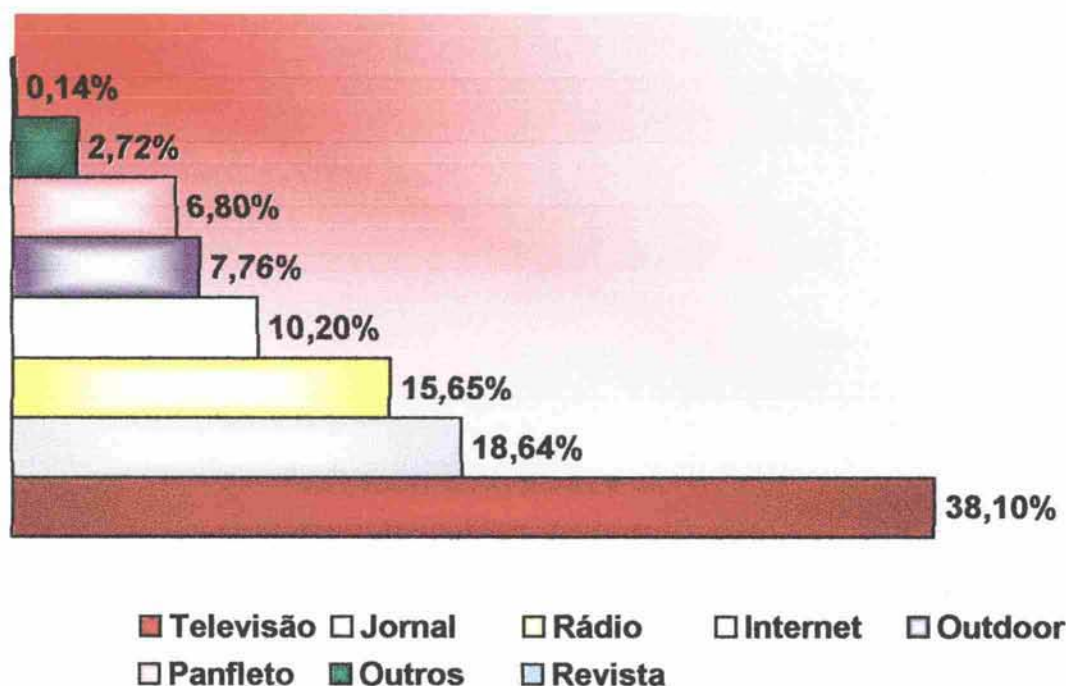


Figura 27 – Os meios de comunicação que os empresários de São Luís/MA mais absorvem informações.

Tabela 62 - Para o empresário de São Luís/MA o que é fundamental para o crescimento de uma empresa.

(30) O QUE VOCÊ ACHA FUNDAMENTAL PARA O CRESCIMENTO DE SUA EMPRESA?		
	f	(%)
Atendimento	318	24,86%
Qualidade de produtos e serviços	287	22,44%
Preços acessíveis	269	21,03%
Localização	208	16,26%
Diversificação de produtos e serviços	197	15,40%
TOTAL	1.279	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma alternativa

Os empresários de São Luís acham de fundamental importância para o crescimento de uma empresa a **qualidade de atendimento** com **24,86%**, qualidade nos produtos e serviços com **22,44%** preços acessíveis **21,03%**, em seguida com **16,26%** a localização e com **15,40%** a diversificação de produtos e serviços.

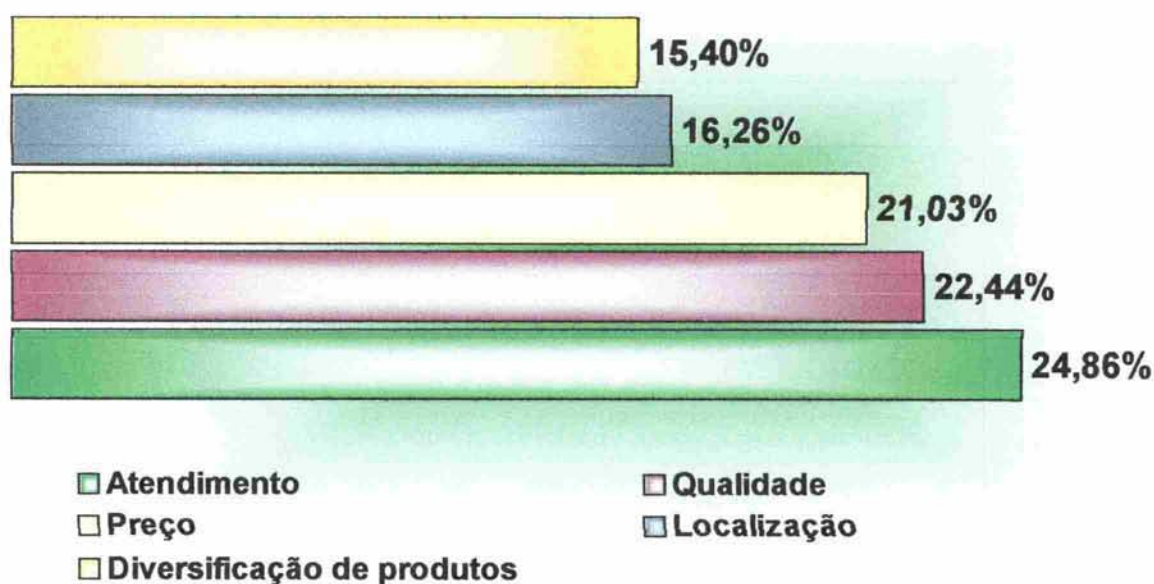


Figura 28 – Para o empresário de São Luís/MA o que é fundamental para o crescimento de uma empresa.

Tabela 63 – Como o empresário de São Luís/Ma classifica a qualidade de atendimento de sua empresa.

(31) SOBRE A QUALIDADE DE ATENDIMENTO DE SUA EMPRESA		
	f	(%)
Pessoal qualificado e treinado constantemente	152	37,80%
Falta de treinamento contínuo	89	22,14%
Falta recurso para esse fim	79	19,65%
Nunca capacitei meu pessoal	34	8,46%
Falta tempo	28	6,97%
Outros	20	4,98%
TOTAL	402	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Os proprietários das micro e pequenas empresas, apesar de considerarem que é fundamental para o desenvolvimento de sua empresa a qualidade do atendimento, declara com **50,25% que falta treinamento e recurso financeiro para esse fim**, apenas **37,80%** possui pessoal qualificado e treinado constantemente e **11,95%** afirmam a falta tempo entre outras variáveis.

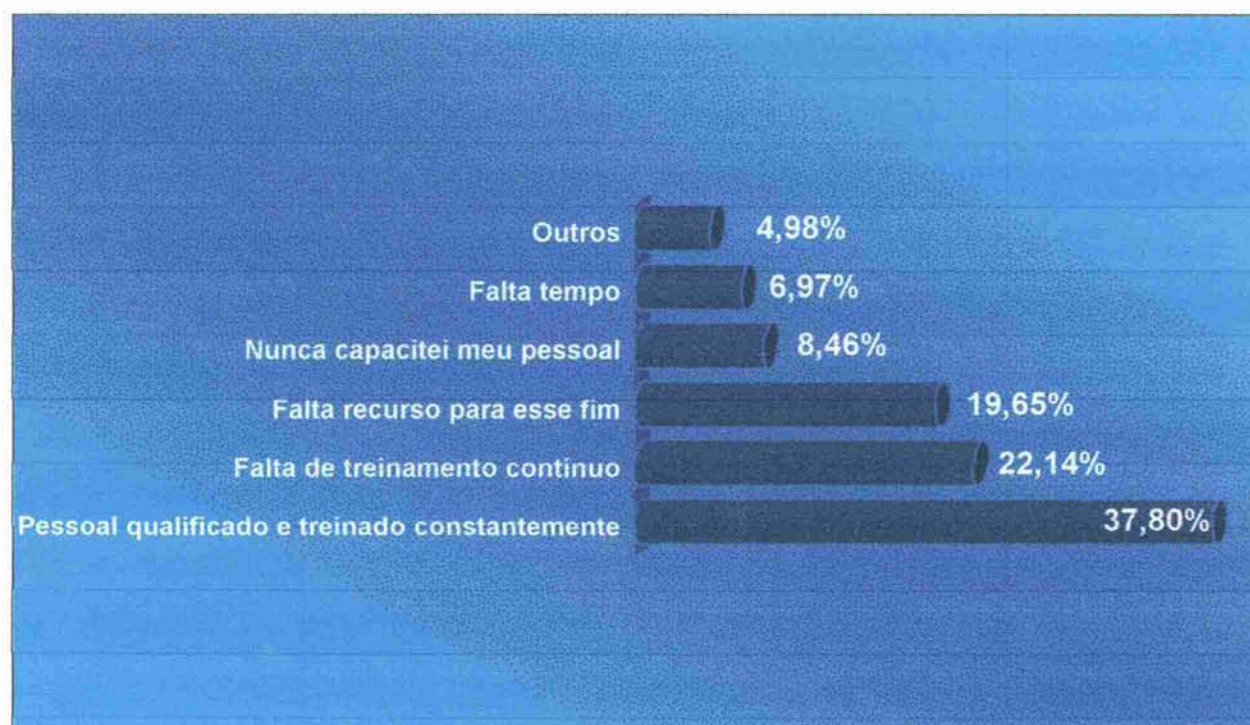


Figura 29 – Como o empresário de São Luís/Ma classifica a qualidade de atendimento de sua empresa.

Tabela 64 - Como o empresário de São Luís/MA considera seus clientes.

(32) EM RELAÇÃO AOS SEUS CLIENTES?		
	f	(%)
Trato meus clientes como gostaria de ser tratado	275	76,18%
Procuo considerar os clientes ao tomar minhas decisões	45	12,47%
Os clientes são importantes, mas é impossível agradá-los.	41	11,36%
TOTAL	361	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma resposta

Conforme as percentagens constantes na tabela 64, dos proprietários das micro e pequenas empresas, **76,18% tratam seus clientes como gostariam de ser tratados**, apenas **12,47% consideram seus clientes ao tomar decisões** e **11,36% classificam que o cliente é importante**, mas é impossível agradá-los.

Segundo o Sebrae “quando alguém pretende abrir uma empresa, significa que se dispõe a desempenhar um novo papel no mercado – pretende atuar do lado da oferta. E, no novo papel, será necessário prestar atenção a componentes do mercado, que são fundamentais para o sucesso de seu desempenho. O futuro empresário precisa de informações que o ajudem a enxergar o mais claramente possível seus clientes”.

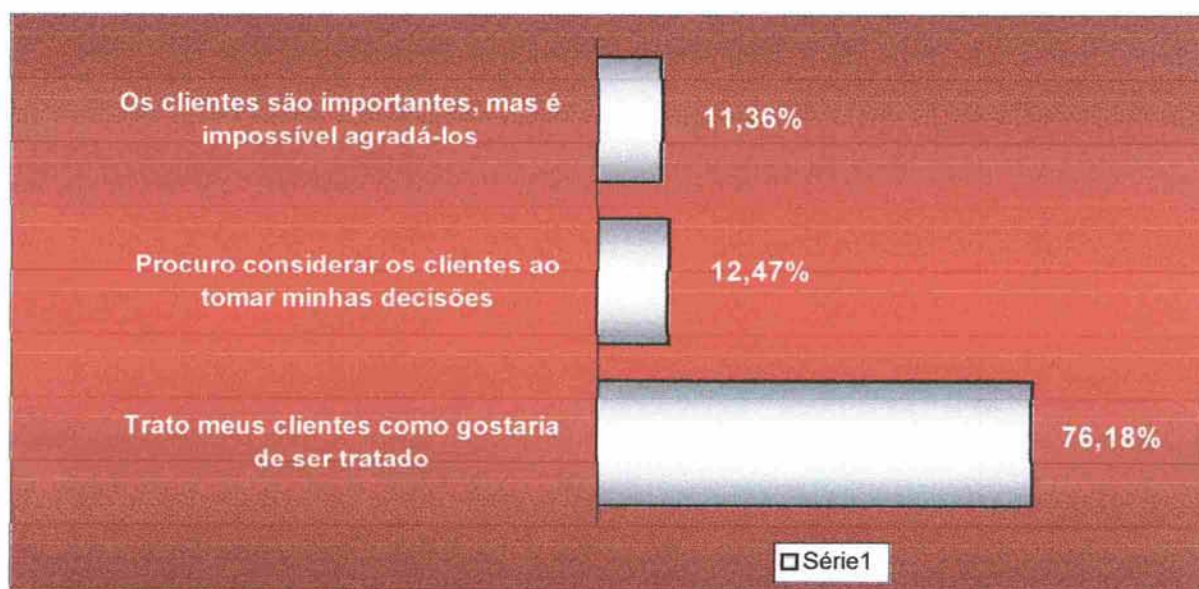


Figura 30 - Como o empresário de São Luís/MA considera seus clientes.

Tabela 65 – Os empresários de São Luís/MA investem em tecnologia da informação nas suas empresas.

(33) SUA EMPRESA INVESTE EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO?		
	f	(%)
Não	200	58,31%
Sim	143	41,69%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Como podemos avaliar pela tabela acima, **58,31% dos empresários não utilizam tecnologia de informação** em suas empresas, apesar do investimento ser um diferencial para as empresas *possuírem organização e controle dos dados*, apenas **41,69% dos empresários de São Luís/MA** utiliza essa ferramenta. Sugere-se que o Sebrae/MA, utilize como exemplo, o Sebrae/PI, que no dia 22 de setembro de 2004, promoveu um workshop para apresentar casos de sucesso de tecnologias desenvolvidas na Paraíba e que são de classe mundial.

Este primeiro evento contou com apresentações da Light Infocon e do *case* do Detran/PB. Foi uma excelente oportunidade para conhecer o que as empresas de Tecnologia da Informação – TI, da Paraíba estão produzindo/vendendo para o Brasil e exportando para vários países do mundo.

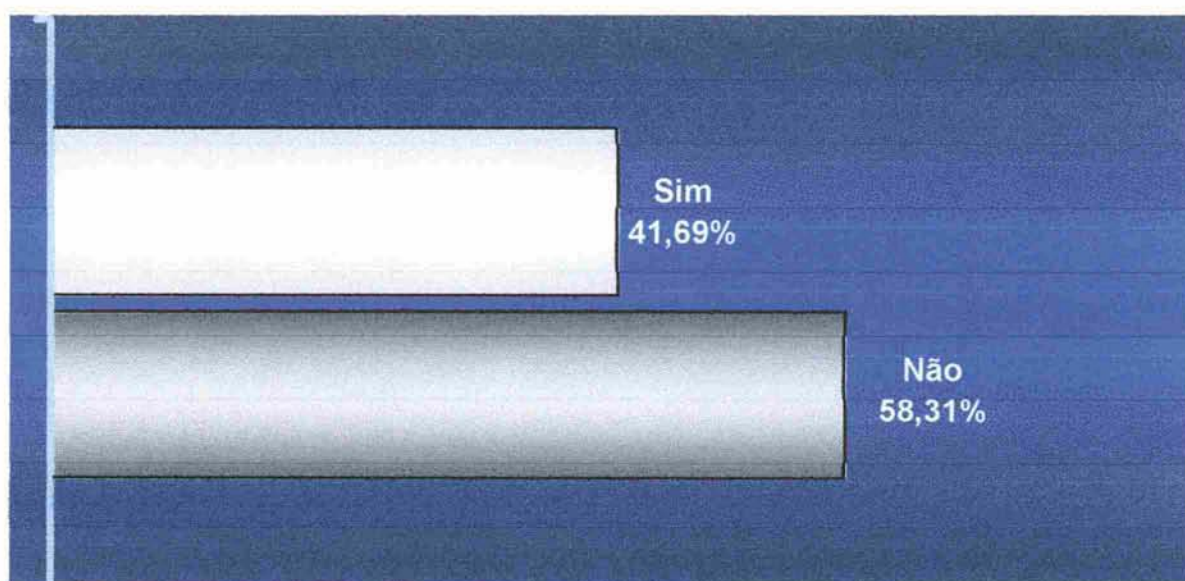


Figura 31 – Os empresários de São Luís/MA investem em tecnologia da informação nas suas empresas.

(34) EM CASO NEGATIVO, PRETENDE INVESTIR? JUSTIFIQUE SUA RESPOSTA, EXPLICITANDO OS MOTIVOS PELOS QUAIS PRETENDE OU NÃO INVESTIR EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.

Devido a inúmeros motivos **58,31%** das empresas pesquisadas em São Luís/MA **não investem em tecnologia da informação**. Os motivos mais frequentes para o não investimento foram:

- Não possui condições financeiras;
- Acha o investimento fundamental para o controle de estoque, mas, não possui recursos para esse fim;
- Investimento muito alto, mas reconhece a importância para o desenvolvimento da empresa;
- Investimento somente no futuro;
- Pretende investir ainda esse ano na informatização da empresa;
- Pretende investir somente em computadores;
- Pretende investir em computadores e programas específicos;
- Quer informatizar para ter acesso na internet;
- Quer informatizar para melhorar a qualidade no atendimento;
- Pretende investir no futuro para melhor administrar a empresa;
- Não acha necessário investir em tecnologia no seu ramo de atividade

(35) EM CASO POSITIVO, EXPLIQUE OS INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.

Das empresas pesquisadas em São Luís/MA **41,69%** **investem em tecnologia da informação**. Os investimentos mais citados foram:

- Informatização pela importância da organização e controle da empresa
- Computadores e softwares específicos de gerenciamento de dados;
- Sistema de rede lógica para interligações de micro computadores
- Computador com internet, para acesso a informações sobre o ramo de atividade e pesquisa de preço com fornecedores;
- Sistema de comunicação interna (*Intranet*).

Tabela 66 - Na opinião dos empresários de São Luís/MA quais as ações estratégicas mais importantes para as micro e pequenas empresas.

(36) QUE AÇÕES ESTRATÉGICAS SÃO IMPORTANTES PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS?		
	f	(%)
Atendimento qualificado	318	17,42%
Qualidade em produtos e serviços	287	15,72%
Preço acessível	269	14,73%
Localização	208	11,39%
Diversificação de produtos	197	10,79%
Propaganda e marketing	177	9,69%
Capital de giro	112	6,13%
Administração e organização	93	5,09%
Planejamento	77	4,22%
Treinamento	63	3,45%
Outros	25	1,37%
TOTAL	1.826	100%

*Admitia mais de uma resposta

Na opinião dos empresários de São Luís/MA as estratégias mais importantes são: atendimento qualificado **17,42%**, qualidade em produtos e serviços **15,72%**, preço acessível **14,73%**, localização **11,39%**, diversidade em produtos **10,79%** e propaganda e marketing com **9,69%**.

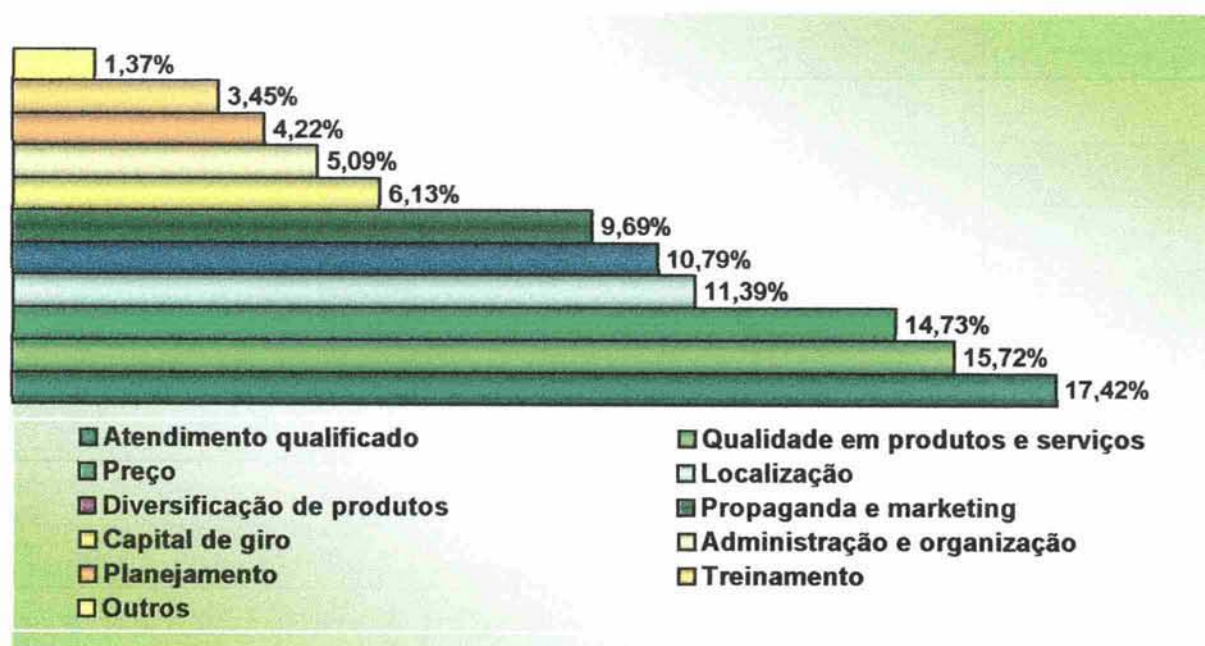


Figura 32 – Na opinião dos empresários de São Luís/MA quais as ações estratégicas mais importantes para as micro e pequenas empresas.

Tabela 67 - Estratégias adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.

(37) QUE ESTRATÉGIAS FORAM ADOTADAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA EMPRESA?		
	f	(%)
Organização	285	13,32%
Relações humanas	266	12,44%
Preço baixo	266	12,44%
Planejamento	264	12,34%
Conhecimento de mercado	262	12,25%
Análise financeira	209	9,77%
Investimento em informatização	200	9,35%
Marketing/propaganda	199	9,30%
Localização	98	4,58%
Criatividade e dinamismo	90	4,21%
TOTAL	2.139	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma resposta

As estratégias mais frequentes utilizadas pelos empresários de São Luís/MA foram: Organização, relações humanas, preço baixo, planejamento, conhecimento de mercado, finanças, informatização e propaganda e marketing.

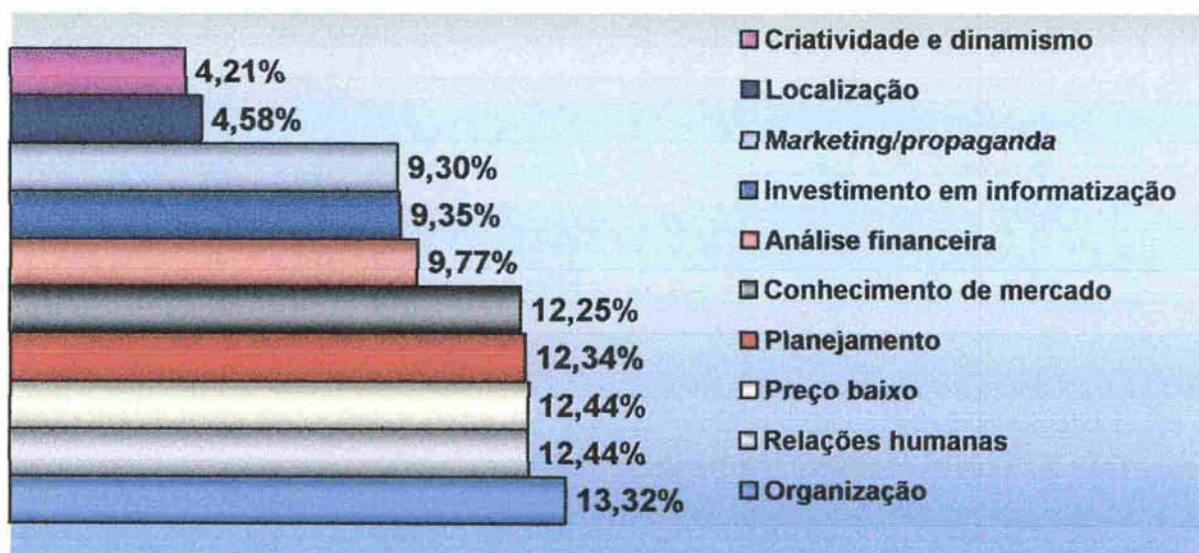


Figura 33 - Estratégias adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.

Tabela 68 – Estratégias a serem adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.

(38) QUE ESTRATÉGIAS PRETENDE ADOPTAR PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA EMPRESA?		
	f	(%)
Investir e diversificar produtos e serviços	197	18,82%
Ampliar a empresa	179	17,10%
Investir em propaganda e marketing	177	16,91%
Investir em tecnologia	171	16,33%
Trabalhar com preços mais baixos	122	11,65%
Treinamento e capacitação	93	8,88%
Fazer planejamento	56	5,35%
Comprar prédio próprio	33	3,15%
Nenhuma	15	1,43%
Abrir filiais	4	0,38%
TOTAL	1.047	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

*Admitia mais de uma resposta

As estratégias a serem adotadas pelos micro e pequenos empresários de São Luís/MA são: **19,43%** pretendem investir e diversificar produtos e serviços, **17,65%** deseja ampliar a empresa, **16,91%** pretendem fazer propaganda e marketing, **16,33%** irão investir em tecnologia, **11,65%** criarão estratégias para baixar os preços.

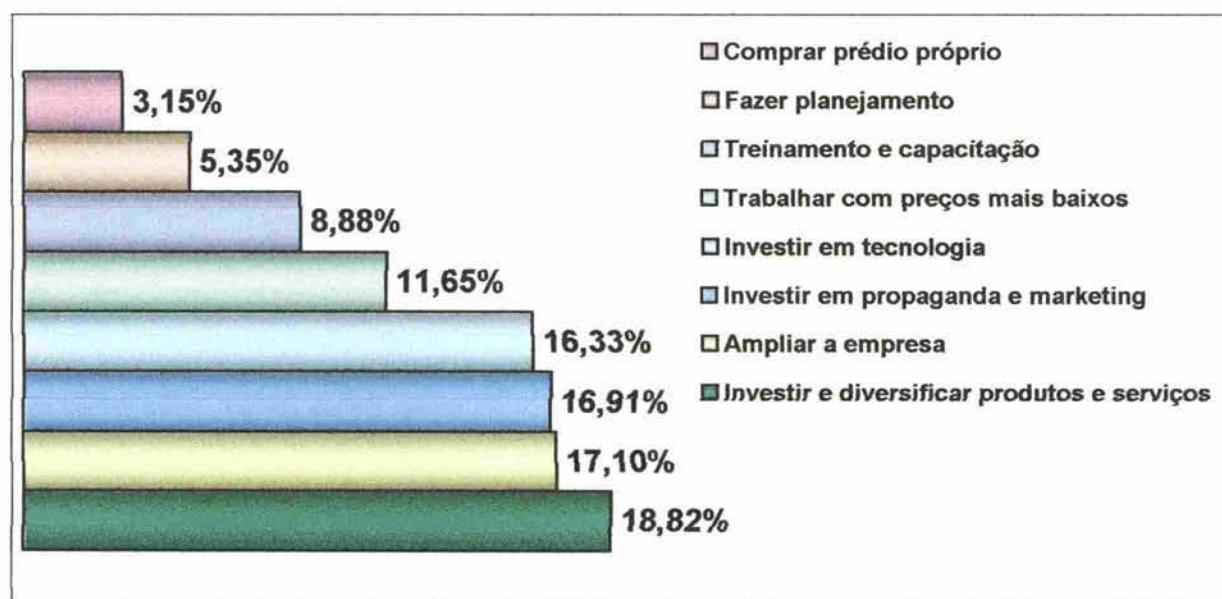


Figura 34 - Estratégias a serem adotadas pelos empresários de São Luís/MA para o desenvolvimento de sua empresa.

Tabela 69 – Os empresários de São Luís/MA consideram a TI um recurso estratégico para o desenvolvimento de sua empresa.

(39) VOCÊ CONSIDERA A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO UM RECURSO ESTRATÉGICO PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA EMPRESA?		
	f	(%)
Sim	316	92,13%
Não	27	7,87%
TOTAL	343	100%

Fonte: Pesquisa de campo - janeiro de 2006

Como podemos visualizar **92,13%** dos empresários de São Luís/MA considera a tecnologia de informação um recurso estratégico para o desenvolvimento da sua empresa, apenas **7,87%** acha que não é importante.

Um novo estudo global da *Keystone Strategy*, uma organização de pesquisa mundial formada por professores da *Harvard University Business School*, descobriu que o papel da tecnologia da informação é fundamental para o crescimento de receita corporativa, pois pode permitir a expansão das empresas. Em outras palavras, as empresas que utilizam a TI de modo adequado são capazes de gerenciar com maior eficácia os aumentos necessários da complexidade de processos, organização e modelos de trabalho associados ao sucesso nos negócios.

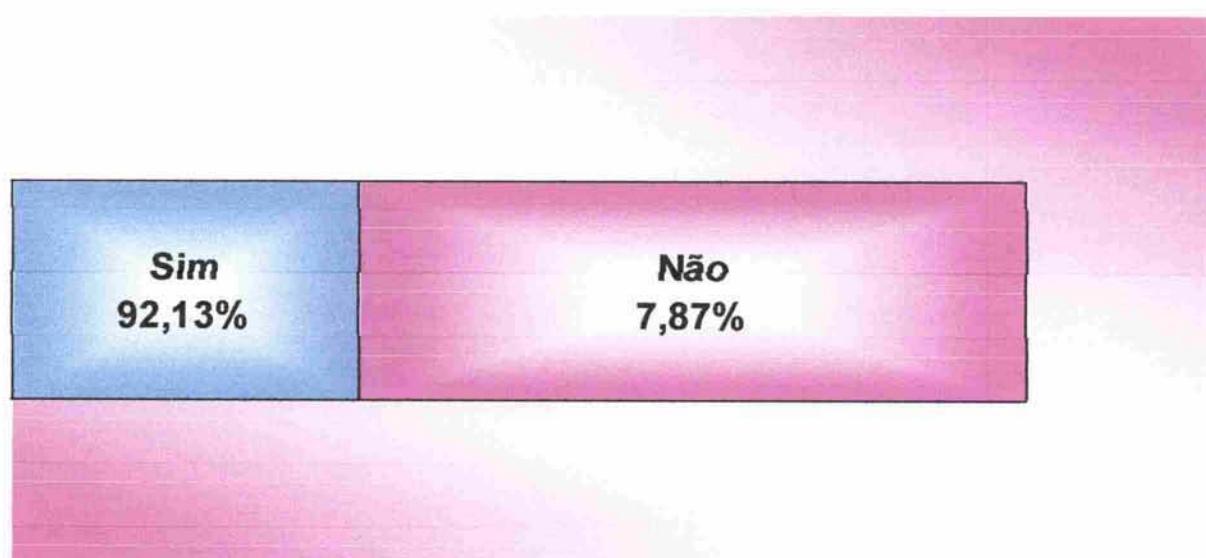


Figura 35 - Os empresários de São Luís/MA consideram a TI um recurso estratégico para o desenvolvimento de sua empresa.

5. CONCLUSÃO

Tendo como referencial os objetivos definidos no início do estudo, esse capítulo expõe as conclusões e apresenta sugestões para realização de trabalhos futuros.

Como foi discorrido ao longo de todos os capítulos de revisão bibliográfica e da pesquisa nas empresas, o estudo sobre o conhecimento que os micro e pequenos empresários de São Luís/MA têm sobre os produtos e serviços que o SEBRAE - São Luís/MA oferece, foi avaliado que **45,77% das empresas pesquisadas conhecem apenas a marca do Sebrae e 54,23% desconhecem totalmente os produtos e serviços oferecidos.**

Verificamos também que os princípios do treinamento e da capacitação são fundamentais no processo de desenvolvimento das empresas. Em se tratando de educação empresarial, pretendendo-se que o treinado adquira ou modifique comportamentos, esses princípios podem determinar o formato do processo, isto é, o treinamento deve ser freqüente, intensivo, adequado e contínuo.

Uma reflexão mais atenta sobre os resultados da pesquisa pode implicar uma visão bem mais sistêmica da atuação do SEBRAE/MA do que a realidade atual. Impactos e rebatimentos num planejamento estratégico local seriam imediatos, desde que se vincule o planejamento orçamentário da pequena instituição.

Um exemplo desse procedimento seria a integração sistêmica dos diferentes programas de capacitação e consultorias que o Sebrae/MA oferece separadamente. Como vimos na pesquisa de campo apenas **2,04%** procurou o Sebrae para adquirir ajuda especializada antes de abrir o seu negócio, dos empresários respondentes que conhecem os produtos e serviços que o Sebrae/MA oferece estão dispersos em vários segmentos tais como: Cursos 29%, crédito 7%, orientação empresarial 7% e feiras 2,04%.

Se tomarmos como base apenas um programa de educação empresarial com baixo custo e acessível a todos, que quantificasse e qualificasse as noções básicas de gestão empresarial, incluindo planejamento, plano de negócios, treinamento/capacitação, finanças,

contabilidade, etc, podendo ser estabelecido durante o curso a importância da complementação com outros cursos e consultorias que auxiliariam a micro e pequena empresa na aplicação da aprendizagem, o resultado seria o retorno quanto ao desenvolvimento das empresas maranhenses e a diminuição do índice de mortalidade.

Conclui-se também que o SEBRAE - São Luís/MA deve produzir mudanças na sua comunicação voltada para o mercado local, adotando uma comunicação explicativa e de massa sobre sua atuação como instituição.

Considera-se que a contribuição desse estudo é relevante, principalmente no segmento das micro e pequenas empresas, no entendimento de como elas se organizam na gestão de seus negócios.

5.1 Sugestões para trabalhos futuros

Tomando como referência esse estudo sobre micro e pequenas empresas, outros trabalhos poderão ser realizados:

Destaca-se como oportuno os seguintes temas:

- Fazer uma comparação dos trabalhos de consultoria desenvolvidos pelo Sebrae com os resultados obtidos pelos micro e pequenos empreendedores que receberam a consultoria e implantaram em suas empresas;
- A avaliação dos produtos e serviços oferecidos pelo Sebrae/MA e se esses realmente atendem as necessidades dos micro e pequenos empresários;
- Avaliação da comunicação de massa utilizada pelo Sebrae e se essas realmente exemplificam o que realmente o Sebrae faz;
- Realizar estudos complementares que acompanhe os ciclos de vida das organizações, seus principais problemas e expectativas.

REFERÊNCIAS

- ADIZES, Ichak. **Os ciclos de vida das organizações**: 4º ed. Como e Por que as Empresas Crescem e Morrem e O que Fazer a Respeito. São Paulo: Pioneira, 1998.
- AMORIN, L. **Por que as empresas quebram?** Salvador: Casa da Qualidade, 2000.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2001.
- BARBETA, P.A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1994, p.58.
- BARRETO, L. P. **Educação para o Empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresa da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- BIRLEY, Sue & MUZIKA Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- BROCKA, B. **Gerenciamento da qualidade**. São Paulo: Makron Books, 1994.
- BUCHELE, Robert B. **Diagnóstico de empresas em crescimento**. São Paulo: Atlas, 1980.
- BULGACOV, Sergio. **Manual de gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 1999.
- CAMPOS, Vicente Falconi. **Gerenciamento pelas diretrizes**. Belo Horizonte: FCO, 1996.
- CÂNDIDO, M. da S. **Gestão da Qualidade em pequenas empresas**: uma contribuição aos modelos de implantação, 1998. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção com concentração na área de gestão da qualidade e produtividade) Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.
- CARDOSO, Alberto Mendes. **Os treze momentos: análise da obra de Sun Tsu / Ten Cel** Alberto Mendes Cardoso. – Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1987.
- CARVALHO, Murilo Murça de. **Oportunidade para parceria indispensável**: Pequenas Empresas e administradores competentes. Revista Brasileira de Administração, Brasília, ano IX, n.27, p.52-57, dezembro/1999.
- CARVALHO, Antônio Vieira de, 1932 – **Aprendizagem organizacional em tempos de mudança** / Antônio Vieira de Carvalho; revisão Janice Yunes Peri. – São Paulo: Pioneira, 1999 – (Biblioteca Pioneira de administração e negócios).
- CARVALHO, A V. **Treinamento: princípios, métodos e técnicas**. S. P.: Pioneira, 2001.
- CERVO, Armando Luiz, BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 4.ed. São Paulo: Makron Books, 1996.
- CIELO, Ivanete Daga. **Perfil do pequeno empreendedor**. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

DOLABELA, Fernando. Celso. Chagas. **O segredo de Luísa: Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.** São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor.** 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

FARREL, L. C. **Entrepreneurship.** Fundação das organizações empreendedoras. São Paulo: Saraiva, 1993.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor, **Pesquisa Empreendedorismo**, disponível em: <http://www.sebrae.com.br>, acesso em 20/12/2005.

GIBSON, James L; IVANCEVICH, John M; DONNELLY JR, James H. **Organizações.** São Paulo: Atlas, 1988. p.24.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HUNT, V. D. **Gerenciamento para a qualidade: integrando qualidade na estratégia de negócios.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 1994.

IBQP. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Global 2005.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>, Acessado em 17/11/2005

IBGE. **As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>, acessado em 20/12/2005.

-----**Cadastro Central de Empresas.** Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br>, acessado em 20/12/2005

IIDA, Itiro. **Pequena e Média Empresa no Japão.** 2.ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986, p.189, 193, 206.

JUCEMA, Junta Comercial do Maranhão. **Relatório Estatístico.** Disponível em: <http://www.jucema.ma.gov.br/>, acessado em: 20/12/2005.

KRIECK, Manfredo; TONTINI, Gerson. **Qualidade da gestão da Micro e Pequena Empresa como fator chave para sua sobrevivência.** Revista de Negócios, Blumenau, v.4, n.1, p.7-20, 1999.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio.** São Paulo: Futura, 2000.

LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica.** Ed. Atlas S.A., São Paulo: 1985.

LEONE, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto Guerra. **A dimensão física das Pequenas e Médias Empresas**: à procura de um critério homogeneizador. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v.31, n.2, p.53-59, abril/junho, 1991. As especificidades das Pequenas e Médias Empresas. *Revista de Administração*, São Paulo, v.34, n.2, p.91-94, abril/junho, 1999.

LEVIN, Jack. **Estatística aplicada a ciências humanas**. 2.ed. São Paulo: Harbra, 1987.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. Willian. **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor**. Florianópolis SC, 1997. Dissertação (Mestrado Em Engenharia da Produção), Universidade Federal de Santa Catarina.

MATSUSHITA, K. **Administração, decisão, e responsabilidade**. Brasília: SEBRAE, 1993.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica**: a prática do fechamento, resumos, resenhas. São Paulo: Atlas, 1999.

MALVEZZI, S. Do Taylorismo ao comportamentalismo – 90 anos de desenvolvimento de recursos humanos. Apud. BOOG, G. G. *Manual de treinamento e desenvolvimento*. São Paulo: Makron Books, 1994.

MONTANA, P. J., CHARNOV, B.H. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 2001.

MONTGOMERY, C.; PORTER, M. E. **Estratégia**: a busca da vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

MORELLI, G. H. F. **Micro e Pequenas Empresas**: a necessidade de prioridade na política econômica Série Estudos e Pesquisas. Edição Sebrae. São Luís, 1994.

NAISBITT, John. **Paradoxo Global**. 2º ed. Rio de Janeiro: Editora Campus. 1994.

OLIVEIRA, A. Motivar é possível. **Revista T&D**. São Paulo: T&D, p. 16-17 jul. 1999.

OLIVEIRA, Djalma de P. Rebouças. **Estratégia empresarial**: uma abordagem empreendedora. São Paulo: Atlas: 1988.

PRAHALAD, C.K; HAMEL, G. **A competência essencial da corporação**.

PHILLIPS, J. J. **Handbook of training evaluation and measurements methods**. Houston (Texas): Gulf Publishing, 1997. p.41.

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva**. Rio de Janeiro. Campus, 1989.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 9.ed., São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SANTOS, I. E. S. **Textos selecionados e técnicas de pesquisa científica**. 2. ed. Rio de Janeiro, Impetus, 2000.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 3.ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2000.

SEBRAE, Serviço **Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em ><http://www.sebrae.com.br/pesquisas.asp>>. Acesso em 10/01/2004.

SEBRAE, Serviço **Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em ><http://www.sebrae.com.br/pesquisas.asp>>. Acesso em 20/12/2005.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 21.ed. São Paulo: Cortez Editora, 2000.

SILVA, E. L. MENEZES, E.M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de Dissertação**, Florianópolis: UFSC / PPGEP / LED, 1998.

SMALL Business in the UK and Europe. **Federation of Small Businesses**, Reino Unido, 2001. Disponível em: <http://www.fsb.org.uk/policy/STATS/small.asp>, Acesso em: 12./11/2004.

TAYLOR, Christopher. **Teoria e projeto das organizações: tamanho ciclo de vida e declínio das organizações**. Western, School of Bussiness Administration, London, v.XI, p.86-87, 1987.

VALE, Gláucia M. Vasconcelos; AGUIAR, Marco Antonio de Souza; ANDRADE, Nair Aparecida de. **Fatores condicionantes da mortalidade de empresas**. Belo Horizonte: SEBRAE, 1998. p.21, 32.

VIEIRA, M. M. F e ZOVAIN, D. **Pesquisa Qualitativa em Administração**.. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

TACHIZAWA, T. e FARIA, M..S **Criação de Novos Negócios**, Rio de Janeiro: FGV, 2002.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2000.

THIOLLENT, Michel. **Pesquisa-ação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1997. p.50-55.

VYGOTSKY, L. S. **A Formação Social da Mente**. 4ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991a.

RECEITA FEDERAL. **Lei nº 9.317/1996 – Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES**. Disponível na internet: <http://www.receita.fazenda.gov.br/>, acessado em 02/05/2005.

-----**Lei nº 9.732/1998 - Altera dispositivos da Lei nº 9.317**. Disponível na internet: <http://www.receita.fazenda.gov.br> >Acessado em: 20/12/2005

-----**Lei nº 9.841/1999 – Estatuto das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte**. Disponível na internet: <http://www.receita.fazenda.gov.br>, Acessado em: 10/12/2005

ZANUZZI, Amanda. **A oportunidade Brasil**. Amanhã, Porto Alegre, p.62-64, junho/1999.

APÊNCIDE A – Questionário Aplicado

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS
CENTRO DE FORMAÇÃO ACADÊMICA E PESQUISA
CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO EMPRESARIAL

Prezado(a) Senhor(a):

Esse questionário é parte fundamental de uma pesquisa acadêmica, será utilizada para fins de elaboração de uma dissertação do Curso de Mestrado em Gestão Empresarial. Seu preenchimento total é de suma importância para que seja possível diagnosticar os reais problemas que as micro e pequenas empresas enfrentam para se manter no mercado.

ATENÇÃO: Essa pesquisa deve ser respondida somente por proprietário(a) de micro e pequenas empresas.

Mestranda: Zenaide Radanesa dos Reis

Professora Orientadora: Dra. Fátima Bayma de Oliveira

Dezembro/2005

IDENTIFICANDO A EMPRESA**1) EM QUAL BAIRRO SUA EMPRESA ESTÁ ESTABELECIDADA?**

- SÃO FRANCISCO/RENASCENÇA COHATRAC JOÃO PAULO
 VINHAIS/CURVA DO NOVENTA SÃO CRISTOVÃO CENTRO
 CIDADE OPERÁRIA COHAMA COHAB

2) QUAL A RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA? (opcional)**3) QUAL É O NOME DE FANTASIA? (opcional)****4) TEMPO DE ATIVIDADE**

- Menos de 1 ano 1 a 2 anos 3 a 4 anos 05 ou mais anos

5) QUAL O SETOR DE ATIVIDADE PRINCIPAL?

- Indústria Comércio Prestação de Serviços Outros

6) QUAL É O RAMO DE ATIVIDADE?

- Calçados Vestuários Artigos de festas Farmácia
 Mercado Alimentação Informática Outros (qual?)_____

7) QUANTOS SÓCIOS A EMPRESA POSSUI?

- Empresa Individual/Empresário Dois sócios Três sócios Mais

8) SUA EMPRESA OPTA PELO SIMPLES?

- Sim Não

9) QUANTOS EMPREGADOS POSSUI? (número total entre registrados e não registrados)

- Até 09 empregados de 10 à 19 empregados de 20 a 49 empregados
 de 50 a 99 empregados de 100 a 499 empregados Acima de 500

10) FATURAMENTO MÉDIO ANUAL BRUTO

- Até R\$ 433.755,14 de R\$ 433.755,14 a R\$ 2.133.222,00 acima de R\$ 2.133.222,00

PERFIL DO SÓCIO ADMINISTRADOR

- Masculino Feminino

11) ESTADO CIVIL

- Casado(a) Solteiro(a) Separado(a)
 Marital Viúvo(a)

12) FAIXA ETÁRIA

- 18 a 24 anos 25 a 29 anos 30 a 39 anos
 40 a 49 anos 50 + anos

13) ESCOLARIDADE

- Ensino fundamental Ensino médio incompleto Ensino médio completo (2º grau)
 Superior incompleto Superior completo Especialização
 Mestrado Doutorado

14) QUAL A PRINCIPAL ATIVIDADE QUE EXERCIA ANTES DE CONSTITUIR A EMPRESA?

- Funcionário de empresa privada Funcionário de empresa pública
 Autônomo Estudante
 Aposentado (a) Outros _____

15) QUAL SUA EXPERIÊNCIA OU CONHECIMENTO NESSE RAMO DE ATIVIDADE?

- Trabalhava em empresa do mesmo ramo
 Alguém da família tinha um negócio familiar
 Pesquisou/estudou sobre o ramo e se interessou
 Trabalhou como autônomo nesse ramo

16) PORQUE RESOLVEU CONSTITUIR OU PARTICIPAR DESSA EMPRESA?

- Desejo de ter o seu próprio negócio Estava insatisfeito no emprego
 Por influência de outras pessoas Tempo disponível
 Estava desempregado outros _____

18) OBTEVE ALGUMA AJUDA ESPECIALIZADA PARA INICIAR SEU NEGÓCIO?

- SEBRAE SENAC
 SENAI SESI
 SENAR Pessoas com experiência no ramo
 Empresas de consultoria Nenhuma
 outra _____

17) ANTES DE ABRIR SUA EMPRESA VERIFICOU?

- Quem seriam os fornecedores Aspectos legais
 Produtos da concorrência Clientela Numero de concorrentes
 Outros quais? _____

18) VOCÊ CONHECE A MARCA SEBRAE?

- Conheço
 Não conheço
 Conheço pouco , mas não sei como o SEBRAE funciona
 Desconheço o SEBRAE, mas tenho interesse em conhecer
 Não tenho interesse em conhecer

19) VOCÊ CONHECE OS PRODUTOS E SERVIÇOS QUE O SEBRAE OFERECE? (se conhece responder quais)**20) SE TEVE OPORTUNIDADE DE PROCURAR O SEBRAE, QUAIS FORAM AS ÁREAS DE INTERESSE?**

- Comercialização
 Crédito
 Cursos
 Orientação empresarial
 Treinamento
 Não procurou

21) QUAL A SUA PRINCIPAL DÚVIDA COM RESPEITO AO SEBRAE?**22) CLASSIFIQUE DE 0 A 10 QUAIS AS MAIORES DIFICULDADES NA CONDUÇÃO DA SUA EMPRESA.**

- Carga tributária
 Falta de clientes
 Falta de capital de giro
 Concorrência
 Desconhecimento da atividade
 Localização

23) CLASSIFIQUE POR NOTAS DE 0 A 10 O QUE VOCÊ ACHA MAIS IMPORTANTE PARA O SUCESSO DE UMA EMPRESA?

- Boa estratégia de vendas
 Administrador
 Criatividade
 Cursos técnicos
 Conhecimento de mercado
 Capacidade de liderança na administração
 Capital de giro
 Auxílio através de entidade de classe (Sebrae, Senai, etc)

24) CLASSIFIQUE POR NOTAS DE 0 A 10 QUAIS SÃO AS ÁREAS DE CONHECIMENTO MAIS IMPORTANTES NO 1º ANO DE ATIVIDADE?

- Análise financeira
 Informática
 Vendas
 Relações humanas
 Marketing/propaganda
 Planejamento
 Organização da empresa
 Nenhuma

33) EM CASO POSITIVO, EXPLICITE OS INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.

34) QUE AÇÕES ESTRATÉGICAS SÃO IMPORTANTES PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS?

35) QUE ESTRATÉGIAS FORAM ADOTADAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA EMPRESA?

36) QUE ESTRATÉGIAS PRETENDE ADOTAR PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA EMPRESA?

37) VOCÊ CONSIDERA A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO UM RECURSO ESTRATÉGICO PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA EMPRESA?

() Sim

() Não

38) PREZADO EMPRESÁRIO SE DESEJAR RECEBER O RESULTADO DA PESQUISA FAVOR INFORMAR SEU E-MAIL.

Obrigada pela sua participação, nós estudantes precisamos do apoio da sociedade para que as nossas pesquisas continuem sendo realizadas. Zenaide Radanesa dos Reis

Mestranda em Gestão Empresarial
(98) 3235.1092 – 8112-9143

ANEXOS

Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte "SIMPLES"
LEI nº. 9.317, de 05 de dezembro de 1996 DOU de 06/12/96, pág. 25.973/7

Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de pequeno Porte - SIMPLES e dá outras providências.

Alterada pela Lei nº 9.528, de 10 de dezembro de 1997.

Alterada pela Lei nº 9.732, de 11 de dezembro de 1998.

Alterada pela Lei nº 9.779, de 19 de janeiro de 1999.

Alterada pela Lei nº 10.256, de 9 de julho de 2001.

Alterada pela Lei nº 10.684, de 30 de maio de 2003.

Alterada pela Lei nº 10.833, de 29 de dezembro de 2003

Alterada pela Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Capítulo I

Das Disposições Preliminares

Art. 1º Esta Lei regula, em conformidade com o disposto no art. 179 da Constituição, o tratamento diferenciado, simplificado e favorecido, aplicável às microempresas e as empresas de pequeno porte, relativo aos impostos e às contribuições que menciona.

Capítulo II

Da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte

Seção Única

Da Definição

Art. 2º Para os fins do disposto nesta Lei, considera-se:

~~I - microempresa, a pessoa jurídica que tenha auferido, no ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais);~~

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); (Redação dada pela Lei nº 11.196, de 2005)

~~II - empresa de pequeno porte, a pessoa jurídica que tenha auferido, no ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) e igual ou inferior a R\$ 720.000,00 (setecentos e vinte mil reais).~~

~~II - empresa de pequeno porte, a pessoa jurídica que tenha auferido, no ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais) - (Redação dada pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)~~

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). (Redação dada pela Lei nº 11.196, de 2005)

§ 1º No caso de início de atividade no próprio ano-calendário, os limites de que tratam os incisos I e II serão proporcionais ao número de meses em que a pessoa jurídica houver exercido atividade, desconsideradas as frações de meses.

§ 2º Para os fins do disposto neste artigo, considera-se receita bruta o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos.

Capítulo III

Do Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições - SIMPLES

Seção I

Da Definição e da Abrangência

Art. 3º A pessoa jurídica enquadrada na condição de microempresa e de empresa de pequeno porte, na forma do art. 2º, poderá optar pela inscrição no Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das

Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES.

§ 1º A inscrição no SIMPLES implica pagamento mensal unificado dos seguintes impostos e contribuições:

- a) Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas - IRPJ;
- b) Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PIS/PASEP;
- c) Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL;
- d) Contribuição para Financiamento da Seguridade Social - COFINS;
- e) Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI;
- f) ~~Contribuições para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, de que tratam o art. 22 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, e a Lei Complementar nº 84, de 18 de janeiro de 1996.~~
- f) ~~contribuições para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, de que tratam o art. 22 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, o art. 25 da Lei nº 8.870, de 15 de abril de 1994, e a Lei Complementar nº 84, de 18 de janeiro de 1996. (Redação dada Lei nº 9.528, de 10.12.1997~~
- f) Contribuições para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, de que tratam a Lei Complementar nº 84, de 18 de janeiro de 1996, os arts. 22 e 22A da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991 e o art. 25 da Lei nº 8.870, de 15 de abril de 1994. (Redação dada pela Lei nº 10.256, de 9.10.2001) (Vide Lei 10.034, de 24.10.2000)

§ 2º O pagamento na forma do parágrafo anterior não exclui a incidência dos seguintes impostos ou contribuições, devidos na qualidade de contribuinte ou responsável, em relação aos quais será observada a legislação aplicável às demais pessoas jurídicas:

- a) Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou Relativas a Títulos ou Valores Mobiliários - IOF;
- b) Imposto sobre Importação de Produtos Estrangeiros - II;
- c) Imposto sobre Exportação, para o Exterior, de Produtos Nacionais ou Nacionalizados - IE;
- d) Imposto de Renda, relativo aos pagamentos ou créditos efetuados pela pessoa jurídica e aos rendimentos ou ganhos líquidos auferidos em aplicações de renda fixa ou variável, bem assim relativo aos ganhos de capital obtidos na alienação de ativos;
- e) Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural - ITR;
- f) Contribuição Provisória sobre a Movimentação Financeira - CPMF;
- g) Contribuição para o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;
- h) Contribuição para a Seguridade Social, relativa ao empregado.

§ 3º A incidência do imposto de renda na fonte relativa aos rendimentos e ganhos líquidos auferidos em aplicações de renda fixa ou variável e aos ganhos de capital, na hipótese da alínea "d" do parágrafo anterior, será definida.

§ 4º A inscrição no SIMPLES dispensa a pessoa jurídica do pagamento das demais contribuições instituídas pela União.

Art. 4º O SIMPLES poderá incluir o Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal - ICMS ou o Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS devido por microempresas e empresa de pequeno porte, desde que a Unidade Federada ou o município em que esteja estabelecida venha a ele aderir mediante convênio.

§ 1º Os convênios serão bilaterais e terão como partes a União, representada pela Secretaria da Receita Federal, e a Unidade Federada ou o município, podendo limitar-se à hipótese de microempresa ou de empresa de pequeno porte.

§ 2º O convênio entrará em vigor a partir do terceiro mês subsequente ao da publicação, no Diário Oficial da União, de seu extrato.

§ 3º Denunciado o convênio, por qualquer das partes, a exclusão do ICMS ou do ISS do SIMPLES somente produzirá efeito a partir de 1º de janeiro do ano-calendário subsequente ao da sua denúncia.

§ 4º ~~Para fins do disposto neste artigo, os convênios de adesão ao SIMPLES poderão considerar como empresas de pequeno porte tão somente aquelas cuja receita bruta, no ano – calendário, seja superior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) e igual ou inferior a R\$ 720.000,00 (setecentos e vinte mil reais). (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998). (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

Seção II

Do Recolhimento e dos Percentuais

Art. 5º O valor devido mensalmente pela microempresa e empresa de pequeno porte, inscritas no SIMPLES, será determinado mediante a aplicação, sobre a receita bruta mensal auferida, dos seguintes percentuais: (Vide Lei 10.034, de 24.10.2000)

I - para a microempresa, em relação à receita bruta acumulada dentro do ano-calendário:

- a) até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais): 3% (três por cento);
- b) de R\$ 60.000,01 (sessenta mil reais e um centavo) a R\$ 90.000,00 (noventa mil reais): 4% (quatro por cento);
- c) de R\$ 90.000,01 (noventa mil reais e um centavo) a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais): 5% (cinco por cento);
- d) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

II - para a empresa de pequeno porte, em relação à receita bruta acumulada dentro do ano-calendário;

- a) até R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais): 5,4% (cinco inteiros e quatro décimos por cento);
- b) de R\$ 240.000,01 (duzentos e quarenta mil reais e um centavo) a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais): 5,8% (cinco inteiros e oito décimos por cento);
- c) de R\$ 360.000,01 (trezentos e sessenta mil reais e um centavo) a R\$ 480.000,00 (quatrocentos e oitenta mil reais): 6,2% (seis inteiros e dois décimos por cento);
- d) de R\$ 480.000,01 (quatrocentos e oitenta mil reais e um centavo) a R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais): 6,6% (seis inteiros e seis décimos por cento).
- e) de R\$ 600 000,01 (seiscentos mil reais e um centavo) a R\$ 720.000,00 (setecentos e vinte mil reais): 7% (sete por cento).
- f) de R\$ 720.000,01 (setecentos e vinte mil reais e um centavo) a R\$ 840.000,00 (oitocentos e quarenta mil reais): sete inteiros e quatro décimos por cento; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)
- g) de R\$ 840.000,01 (oitocentos e quarenta mil reais e um centavo) a R\$ 960.000,00 (novecentos e sessenta mil reais): sete inteiros e oito décimos por cento; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)
- h) de R\$ 960.000,01 (novecentos e sessenta mil reais e um centavo) a R\$ 1.080.000,00 (um milhão e oitenta mil reais): oito inteiros e dois décimos por cento; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)
- i) de R\$ 1.080.000,01 (um milhão, oitenta mil reais e um centavo) a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais): oito inteiros e seis décimos por cento; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)
- j) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- l) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- m) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- n) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- o) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- p) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- q) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- r) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- s) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- t) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

§ 1º O percentual a ser aplicado em cada mês, na forma deste artigo, será o correspondente à receita bruta acumulada até o próprio mês.

§ 2º No caso de pessoa jurídica contribuinte do IPI, os percentuais referidos neste artigo serão acrescidos de 0,5 (meio) ponto percentual.

§ 3º Caso a Unidade Federada em que esteja estabelecida a microempresa ou a empresa de pequeno porte tenha celebrado convênio com a União, nos termos do art. 4º, os percentuais referidos neste artigo serão acrescidos, a título de pagamento do ICMS, observado o disposto no respectivo convênio:

- I - em relação a microempresa contribuinte exclusivamente do ICMS: de até 1 (um) ponto percentual;
- II - em relação a microempresa contribuinte do ICMS e do ISS: de até 0,5 (meio) ponto percentual;
- III - em relação a empresa de pequeno porte contribuinte exclusivamente do ICMS de até 2,5 (dois e meio) pontos percentuais;
- IV - em relação a empresa de pequeno porte contribuinte do ICMS e do ISS: de até 2 (dois) pontos percentuais;

§ 4º Caso o município em que esteja estabelecida a microempresa ou a empresa de pequeno porte tenha celebrado convênio com a União, nos termos do art. 4º, os percentuais referidos neste artigo serão acrescidos, a título de pagamento do ISS, observado o disposto no respectivo convênio:

- I - em relação a microempresa contribuinte exclusivamente do ISS: de até 1 (um) ponto percentual.
- II - em relação a microempresa contribuinte do ISS e do ICMS: de até 0,5 (meio) ponto percentual;
- III - em relação a empresa de pequeno porte contribuinte exclusivamente do ISS: de até 2,5 (dois e meio) pontos percentuais.
- IV - em relação a empresa de pequeno porte contribuinte do ISS e do ICMS: de até 0,5 (meio) ponto percentual.

§ 5º A inscrição no SIMPLES veda, para a microempresa ou empresa de pequeno porte, a utilização ou destinação de qualquer valor a título de incentivo fiscal, bem assim a apropriação ou a transferência de créditos relativos ao IPI e ao ICMS.

§ 6º O disposto no parágrafo anterior não se aplica relativamente ao ICMS, caso a Unidade Federada em que esteja localizada a microempresa ou a empresa de pequeno porte não tenha aderido ao SIMPLES, nos termos do art. 4º.

§ 7º No caso de convênio com Unidade Federada ou município, em que seja considerada como empresa de pequeno porte pessoa jurídica com receita bruta superior a R\$ 720.000,00 (setecentos e vinte mil reais), os percentuais a que se referem: (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)

- I - o inciso III dos §§ 3º e 4º fica acrescido de um ponto percentual; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)
- II - o inciso IV dos §§ 3º e 4º fica acrescido de meio ponto percentual. (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)

Seção III

Da Data e Forma de Pagamento

~~Art. 6º O pagamento unificado de impostos e contribuições, devidos pela microempresa e pela empresa de pequeno porte, inscritas no SIMPLES, será feito de forma centralizada, até o décimo dia do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta.~~

Art. 6º O pagamento unificado de impostos e contribuições devidos pela microempresa e pela empresa de pequeno porte inscritas no Simples será feito de forma centralizada até o 20º (vigésimo) dia do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta. (Redação dada pela Lei nº 11.196, de 2005)

§ 1º Para fins do disposto neste artigo, a Secretaria da Receita Federal instituirá documento de arrecadação único e específico (DARF-SIMPLES).

§ 2º Os impostos e contribuições devidos pelas pessoas jurídicas inscritas no SIMPLES não poderão ser objeto de parcelamento. (Vide Medida Provisória nº 75, de 24.10.2002) (Vide Lei nº 10.925, de 2004)

Seção IV

Da Declaração Anual Simplificada, da Escrituração e dos Documentos

Art. 7º A microempresa e a empresa de pequeno porte, inscritas no SIMPLES apresentarão, anualmente, declaração simplificada que será entregue até o último dia útil do mês de maio do ano-calendário subsequente ao da ocorrência dos fatos geradores dos impostos e contribuições de que tratam os arts. 3º e 4º.

§ 1º A microempresa e a empresa de pequeno porte ficam dispensadas de escrituração comercial desde que mantenham, em boa ordem e guarda e enquanto não decorrido o prazo decadencial e não prescritas eventuais ações que lhes sejam pertinentes:

- a) Livro Caixa, no qual deverá estar escriturada toda a sua movimentação financeira, inclusive bancária;
- b) Livro de Registro de Inventário, no qual deverão constar registrados os estoques existentes no término de cada ano-calendário;
- c) todos os documentos e demais papéis que serviram de base para a escrituração dos livros referidos nas alíneas anteriores.

§ 2º O disposto neste artigo não dispensa o cumprimento, por parte da microempresa e empresa de pequeno porte, das obrigações acessórias previstas na legislação previdenciária e trabalhista.

Capítulo IV

Da opção pelo SIMPLES

Art. 8º A opção pelo SIMPLES dar-se-á mediante a inscrição da pessoa jurídica enquadrada na condição de microempresa ou empresa de pequeno porte no Cadastro Geral de Contribuintes do Ministério da Fazenda-CGC/MF, quando o contribuinte prestará todas as informações necessárias, inclusive quanto:

- I - especificação dos impostos, dos quais é contribuinte (IPI, ICMS ou ISS);
- II - ao porte da pessoa jurídica (microempresa ou empresa de pequeno porte).

§ 1º As pessoas jurídicas já devidamente cadastradas no CGC/MF exercerão sua opção pelo SIMPLES mediante alteração cadastral.

§ 2º A opção exercida de conformidade com este artigo submeterá a pessoa jurídica à sistemática do SIMPLES a partir do primeiro dia do ano-calendário subsequente, sendo definitiva para todo o período.

§ 3º Excepcionalmente, no ano-calendário de 1997, a opção poderá ser efetuada até 31 de março, com efeitos a partir de 1º de janeiro daquele ano.

§ 4º O prazo para a opção a que se refere o parágrafo anterior poderá ser prorrogado por ato da Secretaria da Receita Federal.

§ 5º As pessoas jurídicas inscritas no SIMPLES deverão manter em seus estabelecimentos, em local visível ao público, placa indicativa que esclareça tratar-se de microempresa ou empresa de pequeno porte inscrita no SIMPLES.

§ 6º O indeferimento da opção pelo SIMPLES, mediante despacho decisório de autoridade da Secretaria da Receita Federal, submeter-se-á ao rito processual do Decreto nº 70.235, de 6 de março de 1972. (Incluído pela Lei nº 10.833, de 29.12.2003)

Capítulo V

Das vedações à opção

Art. 9º Não poderá optar pelo SIMPLES, a pessoa jurídica:

~~I - na condição de microempresa, que tenha auferido, no ano-calendário imediatamente anterior, receita bruta superior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais);~~

~~I - na condição de empresa de pequeno porte, que tenha auferido, no ano-calendário imediatamente anterior, receita bruta superior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais); (Redação dada pela Lei nº 9.779, de 1999) (Vide Medida Provisória nº 2.189-49, de 2001) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

~~II - na condição de empresa de pequeno porte, que tenha auferido, no ano-calendário imediatamente anterior, receita bruta superior a R\$720.000,00 (setecentos e vinte mil reais); (Vide Medida Provisória nº 2.189-49, de 2001) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

III - constituída sob a forma de sociedade por ações;

IV - cuja atividade seja banco comercial, banco de investimentos, banco de desenvolvimento, caixa econômica, sociedade de crédito, financiamento e investimento, sociedade de crédito imobiliário, sociedade corretora de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidora de títulos e valores imobiliários, empresa de arrendamento mercantil, cooperativa de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidade de previdência privada aberta;

V - que se dedique à compra e à venda, ao loteamento, à incorporação ou à construção de imóveis;

VI - que tenha sócio estrangeiro, residente no exterior;

VII - constituída sob qualquer forma, de cujo capital participe entidade da administração pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal;

VIII - que seja filial, sucursal, agência ou representação, no país, de pessoa jurídica com sede no exterior;

IX - cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do art. 2º;

X - de cujo capital participe, como sócio, outra pessoa jurídica.

XI - cuja receita decorrente da venda de bens importados seja superior a 50% (cinquenta por cento) de sua receita bruta total; (Revogado pela MPV nº 2.158-35, de 24.8.2001)

XII - que realize operações relativas a:

a) importação de produtos estrangeiros;

(Revogado pela MPV nº 2.158-35, de 24.8.2001)

b) locação ou administração de imóveis;

c) armazenamento e depósito de produtos de terceiros;

d) propaganda e publicidade, excluídos os veículos de comunicação;

e) factoring;

f) prestação de serviço vigilância, limpeza, conservação e locação de mão-de-obra;

XIII - que preste serviços profissionais de corretor, representante comercial, despachante, ator, empresário, diretor ou produtor de espetáculos, cantor, músico, dançarino, médico, dentista, enfermeiro, veterinário, engenheiro, arquiteto, físico, químico, economista, contador, auditor, consultor, estatístico, administrador, programador, analista de sistema, advogado, psicólogo, professor, jornalista, publicitário, fisicultor, ou assemelhados, e de qualquer outra profissão cujo exercício dependa de habilitação profissional legalmente exigida; (Vide Lei 10.034, de 24.10.2000)

XIV - que participe do capital de outra pessoa jurídica, ressalvados os investimentos provenientes de incentivos fiscais efetuados antes da vigência da Lei nº 7.256, de 27 de novembro de 1984, quando se tratar de microempresa, ou antes da vigência desta Lei, quando se tratar de empresa de pequeno porte;

XV - que tenha débito inscrito em Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, cuja exigibilidade não esteja suspensa;

XVI - cujo titular, ou sócio que participe de seu capital com mais de 10% (dez por cento), esteja inscrito em Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, cuja exigibilidade não esteja suspensa;

XVII - que seja resultante de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento da pessoa jurídica, salvo em relação aos eventos ocorridos antes da vigência desta Lei;

XVIII - cujo titular, ou sócio com participação em seu capital superior a 10% (dez por cento), adquira bens ou realize gastos em valor incompatível com os rendimentos por ele declarados.

XIX - (Vide MPV nº 2.189-49, de 23.8.2001)

XIX - (Vide Medida Provisória nº 2.189-49, de 2001)

§ 1º ~~Na hipótese de início de atividade no ano calendário imediatamente anterior ao da opção, os valores a que se referem os incisos I e II serão, respectivamente, de R\$10.000,00 (dez mil reais) e R\$60.000,00 (sessenta mil reais) multiplicados pelo número de meses de funcionamento naquele período, desconsideradas as frações de meses.~~

§ 1º ~~Na hipótese de início de atividade no ano calendário imediatamente anterior ao da opção, os valores a que se referem os incisos I e II serão, respectivamente, de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) e R\$ 100.000,00 (cem mil reais) multiplicados pelo número de meses de funcionamento naquele período, desconsideradas as frações de meses. (Redação dada pela Lei nº 9.779, de 19.01.1999) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

§ 2º O disposto nos incisos IX e XIV não se aplica à participação em centrais de compras, bolsas de subcontratação, consórcio de exportação e associações assemelhadas, sociedades de interesse econômico, sociedades de garantia solidária e outros tipos de sociedades, que tenham como objetivo social a defesa exclusiva dos interesses econômicos das microempresas e empresas de pequeno porte, desde que estas não exerçam as atividades referidas no inciso XII.

§ 3º O disposto no inciso XI e na alínea "a" do inciso XII não se aplica à pessoa jurídica situada exclusivamente em área da Zona Franca de Manaus e da Amazônia Ocidental, a que se referem os Decretos-leis nºs 288, de 28 de fevereiro de 1967, e 356, de 15 de agosto de 1968.

§ 4º Compreende-se na atividade de construção de imóveis, de que trata o inciso V deste artigo, a execução de obra de construção civil, própria ou de terceiros, como a construção, demolição, reforma, ampliação de edificação ou outras benfeitorias agregadas ao solo ou subsolo. (Incluído pela Lei nº 9.528, de 10.12.1997)

§ 5º A vedação a que se referem os incisos IX e XIV do caput não se aplica na hipótese de participação no capital de cooperativa de crédito. (Incluído pela Lei nº 10.684, de 30.5.2003)

Art. 10. Não poderá pagar o ICMS, na forma do SIMPLES, ainda que a Unidade Federada onde esteja estabelecida seja conveniada, a pessoa jurídica:

- I - que possua estabelecimento em mais de uma unidade Federada;
- II - que exerça, ainda que parcialmente, atividade de transporte interestadual ou intermunicipal.

Art. 11. Não poderá pagar o ISS, na forma do SIMPLES, ainda que o Município onde esteja estabelecida seja conveniado, a pessoa jurídica que possua estabelecimento em mais de um município.

Capítulo VI

Da exclusão do SIMPLES

Art. 12. A exclusão do SIMPLES será feita mediante comunicação pela pessoa jurídica ou de ofício.

Art. 13. A exclusão mediante comunicação da pessoa jurídica dar-se-á:

I - por opção.

II - obrigatoriamente, quando:

- a) incorrer em qualquer das situações excludentes constantes do art. 9º;
- b) ~~ultrapassado, no ano calendário de início de atividades, o limite de receita bruta correspondente a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) multiplicados pelo número de meses de funcionamento nesse período. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

§ 1º A exclusão na forma deste artigo será formalizada mediante alteração cadastral.

§ 2º ~~A microempresa que ultrapassar, no ano calendário imediatamente anterior, o limite de receita bruta correspondente a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), estará excluída do SIMPLES nessa condição, podendo mediante alteração cadastral, inscrever-se na condição de empresa de pequeno porte. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

§ 3º No caso do inciso II e do parágrafo anterior, a comunicação deverá ser efetuada:

- a) até o último dia útil do mês de janeiro do ano-calendário subsequente àquele em que se deu o excesso de receita bruta, nas hipóteses dos incisos I e II do art. 9º;
- b) até o último dia útil do mês subsequente àquele em que houver ocorrido o fato que deu ensejo à exclusão, nas hipóteses dos demais incisos do art. 9º e da alínea "b" do inciso II deste artigo.

Art. 14. A exclusão dar-se-á de ofício quando a pessoa jurídica incorrer em quaisquer das seguintes hipóteses:

- I - exclusão obrigatória, nas formas do inciso II e § 2º do artigo anterior, quando não realizada por comunicação da pessoa jurídica;
- II - embaraço à fiscalização, caracterizado pela negativa não justificada de exibição de livros e documentos a que estiver obrigada, bem assim pelo não fornecimento de informações sobre bens, movimentação financeira, negócio ou atividade, próprios ou de terceiros, quando intimado, e demais hipóteses que autorizam a requisição de auxílio da força pública, nos termos do art. 200 da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 (Sistema Tributário Nacional);
- III - resistência à fiscalização, caracterizada pela negativa de acesso ao estabelecimento, ao domicílio fiscal ou a qualquer outro local onde se desenvolvam as atividades da pessoa jurídica ou se encontrem bens de sua posse ou propriedade;
- IV - constituição da pessoa jurídica por interpostas pessoas que não sejam os verdadeiros sócios ou acionista, ou o titular, no caso de firma individual;
- V - prática reiterada de infração à legislação tributária;
- VI - comercialização de mercadorias objeto de contrabando ou descaminho;
- VII - incidência em crimes contra a ordem tributária, com decisão definitiva.

Art. 15. A exclusão do SIMPLES nas condições de que tratam os arts. 13 e 14 surtirá efeito:

- I - a partir do ano-calendário subsequente, na hipótese de que trata o inciso I do art. 13;
- II - a partir do mês subsequente ao em que incorrida a situação excludente, nas hipóteses de que tratam os incisos III a XVIII do art. 9º;
- III - a partir do mês subsequente àquele em que se proceder à exclusão, ainda que de ofício, em virtude de constatação de situação excludente prevista nos incisos III a XVIII do art. 9º; (Redação dada pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Lei nº 10.925, de 2004)
- IV - a partir do mês subsequente ao que for incorrida a situação excludente, nas hipóteses de que tratam os incisos III a XIV e XVII a XIX do caput do art. 9º desta Lei; (Redação dada pela Lei nº 11.196, de 2005)
- V - a partir do início de atividade da pessoa jurídica, sujeitando-a ao pagamento da totalidade ou diferença dos respectivos impostos e contribuições, devidos de conformidade com as normas gerais de incidência, acrescidos, apenas, de juros de mora quando efetuado antes do início de procedimento de ofício, na hipótese do inciso II, "b", do art. 13;
- VI - a partir do ano-calendário subsequente àquele em que for ultrapassado o limite estabelecido, nas hipóteses dos incisos I e II do art. 9º;
- VII - a partir, inclusive, do mês de ocorrência de qualquer dos fatos mencionados nos incisos II a VII do artigo anterior.
- VIII - a partir do ano-calendário subsequente ao da ciência do ato declaratório de exclusão, nos casos dos incisos XV e XVI do caput do art. 9º desta Lei. (Redação dada pela Lei nº 11.196, de 2005)

§ 1º A pessoa jurídica que, por qualquer razão, for excluída do SIMPLES deverá apurar o estoque de produtos, matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem existente no último dia do último mês em que houver apurado o IPI ou o ICMS de conformidade com aquele sistema e determinar, a partir da respectiva documentação de aquisição, o montante dos créditos que serão passíveis de aproveitamento nos períodos de apuração subsequentes.

§ 2º O convênio poderá estabelecer outra forma de determinação dos créditos relativos ao ICMS, passíveis de aproveitamento, na hipótese de que trata o parágrafo anterior.

§ 3º A exclusão de ofício dar-se-á mediante ato declaratório da autoridade fiscal da Secretaria da Receita Federal que jurisdicione o contribuinte, assegurado o contraditório e a ampla defesa, observada a legislação relativa ao processo tributário administrativo. (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)

§ 4º Os órgãos de fiscalização do Instituto Nacional do Seguro Social ou de qualquer entidade convenente deverão representar à Secretaria da Receita Federal se, no exercício de suas atividades fiscalizadoras, constatarem hipótese de exclusão obrigatória do SIMPLES, em conformidade com o disposto no inciso II do art.

13. (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998)

§ 5º Na hipótese do inciso VI do caput deste artigo, será permitida a permanência da pessoa jurídica como optante pelo Simples mediante a comprovação, na unidade da Receita Federal do Brasil com jurisdição sobre o seu domicílio fiscal, da quitação do débito inscrito no prazo de até 30 (trinta) dias contado a partir da ciência do ato declaratório de exclusão. (Incluído pela Lei nº 11.196, de 2005)

Art. 16º A pessoa jurídica excluída do SIMPLES sujeitar-se-á, a partir do período em que se processarem os efeitos da exclusão, às normas de tributação aplicáveis às demais pessoas jurídicas.

Capítulo VII

Das atividades de Arrecadação, Cobrança, Fiscalização e Tributação

Art. 17º Competem à Secretaria da Receita Federal as atividades de arrecadação, cobrança, fiscalização e tributação dos impostos e contribuições pagos de conformidade com o SIMPLES.

§ 1º Aos processos de determinação e exigência dos créditos tributários e de consulta, relativos aos impostos e contribuições devidos de conformidade com o SIMPLES, aplicam-se as normas relativas ao imposto de renda.

§ 2º A celebração de convênio, na forma do art. 4º, implica delegar competência à Secretaria da Receita Federal, para o exercício das atividades de que trata este artigo, nos termos do art. 7º da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 (Sistema Tributário Nacional).

§ 3º O convênio a que se refere o parágrafo anterior poderá, também, disciplinar a forma de participação das Unidades Federadas nas atividades de fiscalização.

Seção I

Da Omissão de Receita

Art. 18º Aplicam-se à microempresa e à empresa de pequeno porte todas as presunções de omissão de receita existentes nas legislações de regência dos impostos e contribuições de que trata esta Lei, desde que apuráveis com base nos livros e documentos a que estiverem obrigadas aquelas pessoas jurídicas.

Seção II

Dos Acréscimos Legais

Art. 19º Aplicam-se aos impostos e contribuições devidos pela microempresa e pela empresa de pequeno porte, inscritas no SIMPLES, as normas relativas aos juros e multa de mora e de ofício previstas para o imposto de renda, inclusive, quando for o caso, em relação ao ICMS e ao ISS.

Art. 20º A inobservância da exigência de que trata o § 5º do art. 8º sujeitará a pessoa jurídica à multa correspondente a 2% (dois por cento) do total dos impostos e contribuições devidos de conformidade com o SIMPLES no próprio mês em que constatada a irregularidade.

Parágrafo único. A multa a que se refere este artigo será aplicada, mensalmente, enquanto perdurar o descumprimento da obrigação a que se refere.

Art. 21º A falta de comunicação, quando obrigatória, da exclusão da pessoa jurídica do SIMPLES, nos prazos determinados no § 3º do art. 13, sujeitará a pessoa jurídica a multa correspondente a 10% (dez por cento) do total dos impostos e contribuições devidos de conformidade com o SIMPLES no mês que anteceder o início dos efeitos da exclusão, não inferior a R\$ 100,00 (cem reais), insusceptível de redução.

Art. 22º A imposição das multas de que trata esta Lei não exclui a aplicação das sanções previstas na legislação penal, inclusive em relação a declaração falsa, adulteração de documentos e emissão de nota fiscal em desacordo com a operação efetivamente praticada, a que estão sujeitos o titular ou sócio da pessoa jurídica.

Seção III

Da Partilha dos Valores Pagos

Art. 23. Os valores pagos pelas pessoas jurídicas inscritas no SIMPLES corresponderão a: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

I—no caso de microempresas: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

a) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "a" do inciso I do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

1—0% (zero por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

2—0% (zero por cento), relativo ao PIS/PASEP; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

3—1,2% (um inteiro e dois décimos por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

4—1,8% (um inteiro e oito décimos por cento) relativos à COFINS; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

5 - (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

b) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "b" do inciso I do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

1—0% (zero por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

2—0% (zero por cento), relativo ao PIS/PASEP; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

3—0,4% (quatro décimos por cento), relativos à CSLL; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

4—1,6% (um inteiro e seis décimos por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

5—2% (dois por cento), relativos à COFINS; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

e) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "c" do inciso I do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

1—0% (zero por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

2—0% (zero por cento), relativo ao PIS/PASEP; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

3—1% (um por cento), relativo à CSLL; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

4—2% (dois por cento), relativos à COFINS; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

5—2% (dois por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

d) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

II—no caso de empresa de pequeno porte: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

a) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "a" do inciso II do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

1—0,13% (treze centésimos por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

2—0,13% (treze centésimos por cento), relativo ao PIS/PASEP;

3—1% (um por cento), relativo à CSLL; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

4—2% (dois por cento), relativos à COFINS;

5—2,14% (dois inteiros e quatorze centésimos por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

b) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "b" do inciso II do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

1—0,26% (vinte e seis centésimos por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

2—0,26% (vinte e seis centésimos por cento), relativo ao PIS/PASEP; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

3—1% (um por cento), relativo à CSLL; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

4—2% (dois por cento), relativos à COFINS; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

5—2,28% (dois inteiros e vinte e oito centésimos por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

e) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "c" do inciso II do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

1—0,39% (trinta e nove centésimos por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

2—0,39% (trinta e nove centésimos por cento), relativo ao PIS/PASEP; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

3—1% (um por cento), relativo à CSLL; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

4—2% (dois por cento), relativos à COFINS; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

5—2,42% (dois inteiros e quarenta e dois centésimos por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

d) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "d" do inciso II do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

1—0,52% (cinquenta e dois centésimos por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

2—0,52% (cinquenta e dois centésimos por cento), relativo ao PIS/PASEP; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

- 3—1% (um por cento), relativo à CSLL; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 4—2% (dois por cento), relativos à COFINS; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 5—2,56% (dois inteiros e cinquenta e seis centésimos por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- e) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "e" do inciso II do art. 5º: (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 1—0,65% (sessenta e cinco centésimos por cento), relativo ao IRPJ; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 2—0,65% (sessenta e cinco centésimos por cento), relativo ao PIS/PASEP; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 3—1% (um por cento), relativo à CSLL; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 4—2% (dois por cento), relativos à COFINS; (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 5—2,7% (dois inteiros e sete décimos por cento), relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- f) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "f" do inciso II do art. 5º: (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 1—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao IRPJ; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 2—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao PIS/PASEP; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 3—um por cento, relativo à CSLL; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 4—dois por cento, relativos à COFINS; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 5—três inteiros e um décimo por cento, relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- g) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "g" do inciso II do art. 5º: (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 1—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao IRPJ; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 2—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao PIS/PASEP; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 3—um por cento, relativo à CSLL; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 4—dois por cento, relativos à COFINS; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 5—três inteiros e cinco décimos por cento, relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- h) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "h" do inciso II do art. 5º: (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 1—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao IRPJ; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 2—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao PIS/PASEP; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 3—um por cento, relativo à CSLL; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 4—dois por cento, relativos à COFINS; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 5—três inteiros e nove décimos por cento, relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- i) em relação à faixa de receita bruta de que trata a alínea "i" do inciso II do art. 5º: (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 1—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao IRPJ; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 2—sessenta e cinco centésimos por cento, relativos ao PIS/PASEP; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 3—um por cento, relativo à CSLL; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)
- 4—dois por cento, relativos à COFINS; (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

~~5— quatro inteiros e três décimos por cento, relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º. (Incluído pela Lei nº 9.732, de 11.12.1998) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

j) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

l) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

m) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

n) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

o) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

p) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

q) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

r) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

s) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

t) (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)

§ 1º Os percentuais relativos ao IPI, ao ICMS e ao ISS serão acrescidos de conformidade com o disposto nos §§ 2º a 4º do art. 5º, respectivamente.

§ 2º A pessoa jurídica, inscrita no SIMPLES na condição de microempresa, que ultrapassar, no decurso do ano-calendário, o limite a que se refere o inciso I do art. 2º, sujeitar-se-á, em relação aos valores excedentes, dentro daquele ano, aos percentuais e normas aplicáveis às empresas de pequeno porte, observado o disposto no parágrafo seguinte.

~~§ 3º A pessoa jurídica cuja receita bruta, no decurso do ano-calendário, exceder ao limite a que se refere o inciso II do art. 2º, adotará, em relação aos valores excedentes, dentro daquele ano, os percentuais previstos na alínea "e" do inciso II e nos §§ 2º, 3º, inciso III ou IV, e § 4º, inciso III ou IV, todos do art. 5º, acrescidos de 20% (vinte por cento), observado o disposto em seu § 1º. (Vide Medida Provisória nº 275, de 2005)~~

Art. 24. Os valores arrecadados pelo SIMPLES, na forma do art. 6º, serão creditados a cada imposto e contribuição a que corresponder.

§ 1º Serão repassados diretamente, pela União, às Unidades Federadas e aos Municípios conveniados, até o último dia útil do mês da arrecadação, os valores correspondentes, respectivamente, ao ICMS e ao ISS, vedada qualquer retenção.

§ 2º A Secretaria do Tesouro Nacional celebrará convênio com o Instituto Nacional de Seguridade Social - INSS, visando a transferência dos recursos relativos às contribuições de que trata a alínea "f" do § 1º do art. 3º, vedada qualquer retenção, observado que, em nenhuma hipótese, o repasse poderá ultrapassar o prazo a que se refere o parágrafo anterior. (Vide Medida Provisória nº 258, de 2005)

Capítulo VIII

Das disposições gerais e transitórias

Seção I

Da Isenção dos Rendimentos Distribuídos aos Sócios e ao Titular

Art. 25. Consideram-se isentos do imposto de renda, na fonte e na declaração de ajuste do beneficiário, os valores efetivamente pagos ao titular ou sócio da microempresa ou da empresa de pequeno porte, salvo os que corresponderem a pro labore, aluguéis ou serviços prestados.

Seção II

Do Parcelamento

Art. 26º Poderá ser autorizado o parcelamento, em até setenta e duas parcelas mensais e sucessivas, dos débitos para com a Fazenda Nacional e para com a Seguridade Social, de responsabilidade da microempresa ou empresa de pequeno porte e de seu titular ou sócio, relativos a fatos geradores ocorridos até 31 de outubro de 1996.

§ 1º O valor mínimo da parcela mensal será de R\$ 50,00 (cinquenta reais), considerados isoladamente os débitos para com a Fazenda Nacional e para com a Seguridade Social.

§ 2º Aplicam-se ao disposto neste artigo as demais regras vigentes para parcelamento de tributos e contribuições federais.

Seção III

Do Conselho Deliberativo do SEBRAE

Art. 27º (VETADO)

Art. 28º A Lei nº 8.989, de 24 de fevereiro de 1995, com vigência prorrogada pela Lei nº 9.144, de 8 de dezembro de 1995, passa a vigorar até 31 de dezembro de 1997.

Art. 29º O inciso I do art. 1º e o art. 2º da Lei nº 8.989, de 24 de fevereiro de 1995, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º - motoristas profissionais que exerçam, comprovadamente, em veículo de sua propriedade atividade de condutor autônomo de passageiros, na condição de titular de autorização, permissão ou concessão do Poder Público e que destinam o automóvel à utilização na categoria de aluguel (táxi);

Art. 2º - O benefício de que trata o art. 1º somente poderá ser utilizado uma vez, salvo se o veículo tiver sido adquirido há mais de três anos, caso em que o benefício poderá ser utilizado uma segunda vez."

Art. 30. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos a partir de 1º de janeiro de 1997.

Art. 31. Revogam-se os artigos 2º, 3º, 11 a 16, 19, incisos II e III, e 25 a 27 da Lei nº 7.256, de 27 de novembro de 1984, o art. 42 da Lei nº 8.383 de 30 de dezembro de 1991 e os arts. 12 a 14 da Lei nº 8.864, de 28 de março de 1994.

Brasília, 5 de dezembro de 1996; 175º da Independência e 108º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Pedro Malan

A Receita Federal agradece a sua visita. Para informações sobre política de privacidade e uso, [clique aqui](#).

LEI 9.841
de 05 de outubro de 1999

Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispondo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

Do Tratamento Jurídico Diferenciado

Art. 1º - Nos termos dos artigos 170 e 179 da Constituição Federal, fica assegurado às microempresas e às empresas de pequeno porte tratamento jurídico diferenciado e simplificado nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial, em conformidade com o que dispõe esta Lei e a Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996 e alterações posteriores.

Parágrafo único - O tratamento jurídico simplificado e favorecido, estabelecido nesta Lei, visa facilitar a constituição e o funcionamento da microempresa e empresa de pequeno porte, de modo a assegurar o fortalecimento de sua participação no processo de desenvolvimento econômico e social.

CAPÍTULO II

Da Definição de Microempresa e de Empresa de Pequeno Porte

Art. 2º - Para os efeitos desta Lei, ressalvado o disposto no art. 3º, considera-se:

I - microempresa, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais);

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\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais) e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

§1º No primeiro ano de atividade, os limites da receita bruta de que tratam os incisos I e II serão proporcionais ao número de meses em que a pessoa jurídica ou firma mercantil individual tiver exercido atividade, desconsideradas as frações de mês.

§2º O enquadramento de firma mercantil individual ou da pessoa jurídica em microempresa ou empresa de pequeno porte, bem como o seu desenquadramento, não implicarão alteração, denúncia ou qualquer restrição em relação a contratos por elas anteriormente firmados.

§3º O Poder Executivo atualizará os valores constantes dos incisos I e II com base na variação acumulada pelo IGP-DI, ou por índice oficial que venha a substituí-lo.

Art. 3º - Não se inclui no regime desta Lei a pessoa jurídica em que haja participação:

I - de pessoa física domiciliada no exterior ou de outra pessoa jurídica;

II - de pessoa física que seja titular de firma mercantil individual ou sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado na forma da presente Lei, salvo se a participação não for superior a cinco por cento do capital social.

Parágrafo único - O disposto no inciso II deste artigo não se aplica à participação de microempresas ou empresas de pequeno porte em centrais de compras, bolsas de subcontratação, consórcios de exportação e outras forma de associação assemelhadas, inclusive as de que trata o artigo 19 desta Lei.

CAPÍTULO III

Do Enquadramento

Art. 4º - A pessoa jurídica ou firma mercantil individual que, antes da promulgação desta Lei, preenchia os seus requisitos de enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte, excetuadas as já enquadradas no regime jurídico anterior, comunicará esta situação, conforme o caso, à Junta Comercial ou ao Registro Civil das Pessoas Jurídicas, para fim de registro, mediante simples comunicação da qual constarão:

I - a situação de microempresa ou de empresa de pequeno porte;

II - o nome e demais dados de identificação da empresa;

III - a indicação do registro de firma mercantil individual ou do arquivamento dos atos constitutivos da sociedade;

IV - a declaração do titular ou de todos os sócios de que o valor da receita bruta anual da empresa não excedeu, no ano anterior, o limite fixado no inciso I ou II, do artigo 211, conforme o caso, e de que a empresa não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no artigo 30 desta Lei.

Art. 5º - Tratando-se de empresa em constituição, deverá o titular ou sócios, conforme o caso, declarar a situação de microempresa ou empresa de pequeno porte, que a receita bruta anual não excederá, no ano da constituição, o limite fixado no inciso I ou II do Art. 2º, conforme o caso, e que a empresa não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no Art. 3º desta Lei.

Art. 6º - O arquivamento, nos órgãos de registro, dos atos constitutivos de firmas mercantis individuais e de sociedades que se enquadrarem como microempresa ou empresa de pequeno porte, bem como o arquivamento de suas alterações, fica dispensado das seguintes exigências:

I - certidão de inexistência de condenação criminal, exigida pelo inciso II, do art. 37, da Lei nº. 8.934, de 1994, que será substituída por declaração do titular ou administrador, firmada sob as penas da lei, de não estar impedido de exercer atividade mercantil ou a administração de sociedade mercantil, em virtude de condenação criminal;

II - prova de quitação, regularidade ou inexistência de débito referente a tributo ou contribuição de qualquer natureza, salvo no caso de extinção de firma mercantil individual ou de sociedade;

Parágrafo único - Não se aplica às microempresas e empresas de pequeno porte o disposto no art. 1º, § 2º, da Lei nº. 8.906/94.

Art. 7º - Feita a comunicação, e independentemente de alteração do ato constitutivo, a microempresa adotará, em seguida ao seu nome, a expressão "microempresa" ou, abreviadamente, "ME", e a empresa de pequeno porte, a expressão "empresa de pequeno porte" ou "EPP".

Parágrafo único - É privativo de microempresa e empresa de pequeno porte o uso das expressões de que trata este artigo.

CAPÍTULO IV

Do Desenquadramento e Reenquadramento

Art. 8º - O desenquadramento da microempresa e empresa de pequeno porte dar-se-á quando excedidos ou não alcançados os respectivos limites de receita bruta anual fixados no art. 2º.

§ 1º Desenquadrada a microempresa, passa automaticamente à condição de empresa de pequeno porte, e esta passa à condição de empresa excluída do regime desta Lei ou retoma à condição de microempresa.

§ 2º A perda da condição de microempresa ou de empresa de pequeno porte, em decorrência do excesso de receita bruta, somente ocorrerá se o fato se verificar durante dois anos consecutivos ou três anos alternados, em um período de 5 anos.

Art. 9º - A empresa de pequeno porte reenquadrada como empresa, a microempresa reenquadrada na condição de empresa de pequeno porte e a empresa de pequeno porte reenquadrada como microempresa comunicarão este fato ao órgão de registro, no prazo de trinta dias, a contar da data da ocorrência.

Parágrafo único - Os requerimentos e comunicações previstos neste Capítulo e no Capítulo anterior poderão ser feitos por via postal, com aviso de recebimento.

CAPÍTULO V

Do Regime Previdenciário e Trabalhista

Art. 10 - O Poder Executivo estabelecerá procedimentos simplificados, além dos previstos neste Capítulo, para o cumprimento da legislação previdenciária e trabalhista por parte das microempresas e empresas de pequeno porte bem como para eliminar exigências burocráticas e obrigações acessórias que sejam incompatíveis com o tratamento simplificado e favorecido previsto nesta Lei.

Art. 11 - A microempresa e empresa de pequeno porte são dispensadas do cumprimento das obrigações acessórias a que se referem os arts. 74, 135, §2º, 360, 429 e 628, §1º da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

Parágrafo único - O disposto no "caput" deste artigo não dispensa a microempresa e empresa de pequeno porte dos seguintes procedimentos:

I - anotações na Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS ;

II - apresentação da Relação Anual de Informações Sociais - RAIS e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED;

III - arquivamento dos documentos comprobatórios de cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias, enquanto não prescreverem essas obrigações;

IV - apresentação da Guia de Recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e Informações à Previdência Social - GFIP.

Art. 12 - Sem prejuízo de sua ação específica, as fiscalizações trabalhista e previdenciária prestarão prioritariamente, orientação à microempresa e à empresa de pequeno porte.

Parágrafo único - No que se refere à fiscalização trabalhista, será observado o critério da dupla visita para lavratura de autos de infração, salvo quando for constatada infração por falta de registro de empregado, ou anotação da Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS, ou ainda na ocorrência de reincidência, fraude, resistência ou embaraço à fiscalização.

Art. 13 - Na homologação de rescisão de contrato de trabalho, o extrato de conta vinculada ao trabalhador relativa ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS poderá ser substituído pela Guia de Recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e Informações à Previdência Social - GFIP pré-impresa no mês anterior, desde que sua quitação venha a ocorrer em data anterior ao dia dez do mês subsequente à sua emissão.

CAPÍTULO VI

Do Apoio Creditício

Art. 14 - O Poder Executivo estabelecerá mecanismos fiscais e financeiros de estímulo às instituições financeiras privadas no sentido de que mantenham linhas de crédito específicas para as microempresas e empresas de pequeno porte.

Art. 15 - As instituições financeiras oficiais que operam com crédito para o setor privado manterão linhas de crédito específicas para as microempresas e empresas de pequeno porte, devendo o montante disponível e suas condições de acesso serem expressas, nos seus respectivos documentos de planejamento, e amplamente divulgados.

Parágrafo único - As instituições de que trata este artigo farão publicar, semestralmente, relatório detalhado dos recursos planejados e aqueles efetivamente utilizados na linha de crédito mencionada neste artigo, analisando as justificativas do desempenho alcançado.

Art. 16 - As instituições de que trata o artigo anterior, nas suas operações com as microempresas de pequeno porte, atuarão, em articulação com as entidades de apoio e representação daquelas empresas, no sentido de propiciar mecanismos de treinamento, desenvolvimento gerencial e capacitação tecnológica articulados com as operações de financiamento.

Art. 17 - Para fins de apoio creditício à exportação, serão utilizados os parâmetros de enquadramento de empresas, segundo o porte, aprovados pelo Mercado Comum do Sul - MERCOSUL para as microempresas e empresas de pequeno porte.

Art. 18 - (VETADO)

CAPÍTULO VII

Do Desenvolvimento Empresarial

Art. 19 - O Poder Executivo estabelecerá mecanismos de incentivos fiscais e financeiros, de forma simplificada e descentralizada, às microempresas e às empresas de pequeno porte, levando em consideração a sua capacidade de geração e manutenção de ocupação e emprego, potencial de competitividade e de capacitação tecnológica, que lhes garantirão o crescimento e o desenvolvimento.

Art. 20 - Dos recursos federais aplicados em pesquisa, desenvolvimento e capacitação tecnológica na área empresarial, no mínimo 20% (vinte por cento), serão destinados, prioritariamente, para o segmento da microempresa e da empresa de pequeno porte.

Parágrafo único - As organizações federais atuantes em pesquisa, desenvolvimento, e capacitação tecnológica deverão destacar suas aplicações voltadas ao apoio às microempresas e empresas de pequeno porte.

Art. 21 - As microempresas e empresas de pequeno porte terão tratamento diferenciado e favorecido no que diz respeito ao acesso a serviços de metrologia e certificação de conformidade prestados por entidades tecnológicas públicas.

Parágrafo único - As entidades de apoio e de representação das microempresas e empresas de pequeno porte criarão condições que facilitem o acesso aos serviços de que trata o artigo anterior.

Art. 22 - O Poder Executivo diligenciará para que se garantam às entidades de apoio e de representação das microempresas e empresas de pequeno porte condições para capacitarem essas empresas para que atuem de forma competitiva no mercado interno e externo, inclusive mediante o associativismo de interesse econômico.

Art. 23 - As microempresas e empresas de pequeno porte terão tratamento diferenciado e favorecido quando atuarem no mercado internacional, seja importando ou exportando produtos e serviços, para o que o Poder Executivo estabelecerá mecanismos de facilitação, desburocratização e capacitação.

Parágrafo único - Os órgãos e entidades da Administração Federal Direta e Indireta, intervenientes nas atividades de controle das exportação e importação, deverão adotar procedimentos que facilitem o mecanismo nas operações que envolvam as microempresas e empresas de pequeno porte, otimizando prazos e reduzindo custos.

Art. 24 - A política de compras governamentais dará prioridade à microempresa e à empresa de pequeno porte, individualmente ou de forma associada, com processo especial e simplificado nos termos da regulamentação desta Lei.

CAPÍTULO VIII

Sociedade de Garantia Solidária

Art. 25 - Fica autorizada a constituição de Sociedade de Garantia Solidária, constituída sob a forma de sociedade anônima, para a concessão de garantia a seus sócios participantes, mediante a celebração de contratos.

Parágrafo único - A sociedade de garantia solidária será constituída de sócios participantes e sócios investidores:

I - os sócios participantes serão, exclusivamente, microempresas e empresas de pequeno porte, com, no mínimo 10 (dez) participantes e participação máxima individual de 10% (dez por cento) do capital social;

II - os sócios investidores serão pessoas físicas ou jurídicas, que efetuarão aporte de capital na sociedade, com o objetivo exclusivo de auferir rendimentos, não podendo sua participação, em conjunto, exceder a 49% (quarenta e nove por cento) do capital social.

Art. 26 - O estatuto social da sociedade de garantia solidária deve estabelecer:

I - Finalidade social, condições e critérios para admissão de novos sócios participantes e para sua saída e exclusão;

II - Privilégio sobre as ações detidas pelo sócio excluído por inadimplência;

III - Proibição de que as ações dos sócios participantes sejam oferecidas como garantia de qualquer espécie; e

IV - Estrutura, compreendendo a Assembléia Geral, órgão máximo da sociedade, que elegerá o Conselho Fiscal e o Conselho de Administração, que, por sua vez, indicará a Diretoria Executiva.

Art. 27 - A sociedade de garantia solidária fica sujeita ainda às seguintes condições:

I - proibição de concessão a um mesmo sócio participante de garantia superior a 10% (dez por cento) do capital social ou do total garantido pela sociedade, o que for maior;

II - proibição de concessão de crédito a seus sócios ou a terceiros; e dos resultados líquidos, alocação de (5% cinco por cento), para reserva legal, até o limite de 20% (vinte por cento) do capital social; e de 50% (cinquenta por cento) da parte correspondente aos sócios participantes para o fundo de risco, que será constituído também por aporte dos sócios investidores e de outras receitas aprovadas pela Assembléia Geral da sociedade.

Art. 28 - O contrato de garantia solidária tem por finalidade regular a concessão da garantia pela sociedade ao sócio participante, mediante o recebimento da taxa de remuneração pelo serviço prestado, devendo fixar as cláusulas necessárias ao cumprimento das obrigações do sócio beneficiário perante a sociedade,

Parágrafo único - Para a concessão da garantia, a sociedade de garantia solidária poderá exigir a contragarantia por parte do sócio participante beneficiário.

Art. 29 - As microempresas e empresas de pequeno porte podem oferecer as suas contas e valores a receber como lastro para a emissão de valores mobiliários a serem colocados junto aos investidores no mercado de capitais.

Art. 30 - A sociedade de garantia solidária pode conceder garantia sobre o montante de recebíveis de seus sócios participantes, objeto de securitização, podendo também prestar o serviço de colocação de recebíveis junto a empresa de securitização especializado na emissão dos títulos a valores mobiliários transacionáveis no mercado de capitais.

Parágrafo único - O agente fiduciário, de que trata o caput, não tem direito de regresso contra as empresas titulares dos valores e contas a receber, objeto de securitização.

Art. 31 - A função de registro, acompanhamento e fiscalização das sociedades de garantia solidária, sem prejuízo das autoridades governamentais competentes, poderá ser exercida pelas entidades vinculadas às micro empresas e empresas de pequeno porte, em especial o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, mediante convênio a ser firmado com o Executivo.

CAPÍTULO IX

Das Penalidades

Art. 32 - A pessoa jurídica e a firma mercantil individual que, sem observância dos requisitos desta Lei, pleitear seu enquadramento ou se mantiver enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte, estará sujeita às seguintes consequências e penalidades:

I - cancelamento de ofício de seu registro como microempresa ou como empresa de pequeno porte;

II - aplicação automática, em favor da instituição financeira, de multa de vinte por cento sobre o valor monetariamente corrigido dos empréstimos obtidos com base nesta Lei, independentemente do cancelamento do incentivo de que tenha sido beneficiada.

Art. 33 - A falsidade de declaração prestada objetivando os benefícios desta Lei caracteriza o crime de que trata o art. 299 do Código Penal, sem prejuízo de enquadramento em outras figuras penais.

CAPÍTULO X

Disposições Finais

Art. 34 - Os órgãos fiscalizadores de registro de produtos procederão a análise para inscrição e licenciamento a que estiverem sujeitas as microempresas e empresas de pequeno porte, no prazo máximo de trinta dias, a contar da data de entrega da documentação ao órgão.

Art. 35 - As firmas mercantis individuais e as sociedades mercantis e civis enquadráveis como microempresa ou empresa de pequeno porte que, durante cinco anos, não tenham exercido atividade econômica de qualquer espécie, poderão requerer e obter a baixa no registro competente, independentemente de prova de quitação de tributos e contribuições para com a Fazenda Nacional, bem como para com o Instituto Nacional de Seguro Social - INSS e para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS.

Art. 36 - A inscrição e alterações da microempresa e da empresa de pequeno porte em órgãos da Administração Federal ocorrerá independentemente da situação fiscal do titular, sócios, administradores ou de empresas de que esses participem.

Art. 37 - As microempresas e empresas de pequeno porte ficam isentas de pagamento de preços, taxas e emolumentos remuneratórios de registro das declarações referidas nos arts. 4º, 5º e 9º desta Lei.

Art. 38 - Aplica-se às microempresas o disposto no Art. 8º, § 1º, da Lei nº 9.099, de 26 de setembro de 1995, passando essas empresas, assim como as pessoas físicas capazes, a serem admitidas a proporem ação perante o Juizado Especial, excluídos os cessionários de direito de pessoas jurídicas.

Art. 39 - O protesto de título, quando o devedor for microempresário ou empresa de pequeno porte, fica sujeito às seguintes normas:

I - os emolumentos devidos ao tabelião de protesto não excederão um por cento do valor do título, observando o limite máximo de R\$ 20,00 (vinte reais), incluídos neste limite as despesas de apresentação, protesto, intimação, certidão e quaisquer outras relativas à execução dos serviços;

II - para o pagamento do título em cartório, não poderá ser exigido cheque de emissão de estabelecimento bancário, mas, feito o pagamento por meio de cheque, de emissão de estabelecimento bancário ou não, a quitação dada pelo tabelionato de protesto ficará condicionada à efetiva liquidação do cheque;

III - o cancelamento do registro de protesto, fundado no pagamento do título, será feito independentemente de declaração de anuência do credor, salvo no caso de impossibilidade de apresentação do original protestado;

IV - para os fins do disposto no caput e nos incisos I, II e III, caberá ao devedor provar sua qualidade de microempresa ou empresa de pequeno porte perante o tabelionato de protestos de títulos, mediante documento expedido pela Junta Comercial ou pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o caso.

Art. 40 - Os arts. 29 e 31 da Lei no 9.492, de 10 de setembro de 1997, passam a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 29 - Os cartórios fornecerão às entidades representativas da indústria e do comércio ou àquelas vinculadas à proteção do crédito, quando solicitada, certidão diária, em forma de relação, dos protestos tirados e dos cancelamentos efetuados, com a nota de se cuidar de informação reservada da qual não se poderá dar publicidade pela imprensa, nem mesmo parcialmente. "

"§ 1o O fornecimento da certidão será suspenso caso se desatenda ao disposto no caput ou se forneçam informações de protestos cancelados. "

"§ 2o Dos cadastros ou bancos de dados, das entidades referidas no caput, somente serão prestadas informações restritivas de crédito oriundas de títulos ou documentos de dívidas regularmente protestados, cujos registros não foram cancelados."

"Art. 31. Poderão ser fornecidas certidões de protestos, não cancelados, a quaisquer interessados, desde que requeridas por escrito".

Art. 41 - Ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior compete acompanhar e avaliar a implantação efetiva das normas desta Lei, visando seu cumprimento e aperfeiçoamento.

Parágrafo único - Para o cumprimento deste artigo, o Poder Executivo fica autorizado a criar o Fórum Permanente da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, com participação dos órgãos federais competentes e das entidades vinculadas ao setor.

Art. 42 - O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de noventa dias, a contar da data de sua publicação.

Art. 43 - Revogam-se as disposições em contrário e, em especial, as Leis nº 7.256, de 27 de novembro de 1984, e nº 8.864, de 28 de março de 1994.

