

FUNDAÇÃO CULTURAL DR. PEDRO LEOPOLDO
FACULDADES PEDRO LEOPOLDO

**O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
UM ESTUDO APLICADO À CIDADE DE PARÁ DE MINAS – MG**

Ednei Magela Duarte

Pedro Leopoldo/MG

2013

Ednei Magela Duarte

**O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
UM ESTUDO APLICADO À CIDADE DE PARÁ DE MINAS – MG**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Administração, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração.

Área de concentração: Gestão da Inovação e Competitividade.

Linha de Pesquisa: Competitividade e Marketing.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Lamounier Locatteli

Pedro Leopoldo

2013

MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

Dissertação intitulada “**O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO APLICADO À CIDADE DE PARÁ DE MINAS – MG**”, de autoria do mestrando Ednei Magela Duarte, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Ronaldo Lamounier Locatteli – FPL/MPA - Orientador

Prof. Dr (a). xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx – FPL/MPA

Prof. Dr (a). xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx – (convidado)

AGRADECIMENTOS

São tantas as pessoas a agradecer, e por isso, começo agradecendo a todos que fazem parte da minha vida e que de alguma forma estiveram comigo nos diferentes momentos.

Agradeço à minha família em especial a Débora, as minhas filhas Ana Luisa e Lívia, e também aos meus pais Francisco e Nair que sempre acreditaram no meu sucesso, apoiando-me incondicionalmente, fornecendo exemplo de vida, acreditando na realização deste sonho e pela compreensão e carinho nos momentos mais difíceis.

Agradeço a Deus, pelo dom da vida e por possibilitar-me momentos de grande aprendizagem e crescimento, momentos que contribuíram para a minha formação ética e profissional.

Ao professor/orientador Prof. Dr. Ronaldo Locatteli pelo empenho, dedicação na docência e orientação deste e pelo esforço em transmitir e construir um curso fundamentado em princípios científicos e éticos.

Às Faculdades onde leciono, Fapam e Jandrade, pelo apoio e a confiança no meu trabalho.

Aos meus amigos, que cursaram o mestrado comigo, Rodrigo, Helder, Geraldo e David, pelo companheirismo e amizade nas horas de estudo.

À equipe Ascipam, pela força de estar ao meu lado sempre.

À Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo e a todos os professores que me subsidiaram conhecimentos e cultura para o meu desenvolvimento acadêmico e pessoal.

RESUMO

O desenvolvimento do espírito empreendedor tem feito ampliar a quantidade de empresas por todo o país e, dentre elas, as que mais têm demonstrado grande participação da economia nacional são as Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Uma micro região que merece destaque no Estado de Minas Gerais devido ao aumento contínuo da abertura de MPEs é a cidade de Pará de Minas, que exhibe certos índices de crescimento urbano e de abertura de micro e pequenas empresas. A questão norteadora da pesquisa centra-se na necessidade de conhecer as estratégias utilizadas na gestão das MPEs na cidade de Pará de Minas, localizada na Região Central do Estado de Minas Gerais. O objetivo desta pesquisa foi analisar se os principais fatores que são apontados nos estudos como responsáveis pelo sucesso das empresas são observados pelos empresários das microempresas na cidade de Pará de Minas. Tendo por base as características do problema, optou-se pelo método de análise fatorial com estratégia em pesquisa quantitativa baseada no levantamento primário de dados mediante a aplicação de questionários. O público alvo foi constituído dos empresários de micro e pequenas empresas da cidade de Pará de Minas, visando identificar os principais fatores que influenciam na sustentabilidade das MPEs. O questionário contém três dimensões: características do empresário, características da empresa, condições do ambiente. A opção pela pesquisa quantitativa se deu pelo fato de a dissertação versar sobre os principais fatores determinantes das atividades na sustentabilidade das MPEs na cidade de Pará de Minas. Foram objeto de análise, MPEs da cidade de Pará de Minas, sendo selecionadas 118 empresas, número suficiente para os propósitos da análise. A amostra foi intencional, decorrente de disponibilidade dos empresários/gerentes para responder o questionário. Durante as entrevistas constatou-se, que os fatores trazidos pelo empreendedorismo são diversos, tais como mudanças no mercado, progresso, introdução de processos inovadores, criação e comercialização de novas tecnologias que substituem as antigas. O empreendedorismo é o fator determinante para a obtenção de sucesso do profissional que deseja progredir na carreira, e ser capaz de perceber oportunidades, avaliar os riscos e planejar ações efetivas para o benefício de crescimento da empresa.

Palavras-Chave: Microempresa. Empreendedorismo. Gestão. Implementação.

ABSTRACT

The entrepreneurial spirit growth has improved the amount of companies all over the country and, among them, the Micro and Small enterprises (MSEs) are that ones that have most demonstrated great participation in the national economy. A micro region that deserves attention in the State of Minas Gerais due to the continuous growth to MSEs opening is the city of Pará de Minas, that exhibits certain indexes of urban growth and of micro and small enterprises opening. The guiding question of the research focuses on the necessity of knowing strategies used in the MSEs' management in the city of Pará de Minas, located in Central Region of the State of Minas Gerais. The aim of this study is to analyze whether the main factors that are pointed out in the studies as responsible for the company's success are observed by the entrepreneurs of microenterprises in the city of Pará de Minas. Having as the basis the problem's features, it was chosen the factorial method with strategy in quantitative research based on the data primary survey face to the questionnaires application. The target audience was composed by entrepreneurs from micro and small enterprises from Pará de Minas, aiming identify the main factors that have influenced in the sustainability of the MSEs. The questionnaire was composed by three dimensions: characteristics of the entrepreneur, characteristics of the company, environmental conditions. The choice for the quantitative research happened because the thesis describes the main factors determinants of the activities in the sustainability of the MSEs in the city of Pará de Minas. In all 118 companies, MSEs from Pará de Minas were selected that composed the object of the analysis, sufficient number to the purposes of the analysis. The sample was intentional, arising from the availability of the entrepreneurs/managers to answer the questionnaires. During the interviews it was verified that the benefits brought by the entrepreneurship are several such as changes in the market, progress, introduction of the innovative processes, creation and commercialization of new technologies that replace the old ones. The entrepreneurship is the factor determinant to the professional success achievement to advance in career, and to be able to realize opportunities, assess the risks and planning effective actions to the company growing.

Keywords: Microenterprise. Entrepreneurship. Management. Implementation.

LISTA DE QUADROS

| | | |
|----------|---|----|
| Quadro 1 | Classificação das empresas por porte segundo o SEBRAE | 29 |
| Quadro 2 | Classificação das empresas por porte segundo o Estatuto da Micro e Pequena Empresa | 29 |
| Quadro 3 | Classificação das empresas por porte segundo o SIMPLES | 29 |
| Quadro 4 | Fatores mais importantes para o sucesso de uma MPE | 38 |
| Quadro 5 | Relação de abertura e fechamento de micro empresas na cidade de Pará de Minas | 49 |
| Quadro 6 | Variáveis construtos e bloco | 53 |
| Quadro 7 | Variáveis reversas | 55 |

LISTA DE TABELAS

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabela 1 | Análise dos Dados Ausentes | 56 |
| Tabela 2 | Distância Mahalanobis | 57 |
| Tabela 3 | Teste Kolmogorov-Smirnov | 57 |
| Tabela 4 | Análise de dimensionalidade do construto Dedicção e Caráter Inovador | 60 |
| Tabela 5 | Análise de dimensionalidade do construto Dedicção e Caráter Inovador - subconstruto 1 | 60 |
| Tabela 6 | Análise de dimensionalidade do construto Criatividade e Perseverança | 61 |
| Tabela 7 | Análise de dimensionalidade do construto Criatividade e Perseverança - subconstruto 1 | 61 |
| Tabela 8 | Análise de dimensionalidade do construto Planejamento | 62 |
| Tabela 9 | Análise de dimensionalidade do construto Planejamento - subconstruto 1 | 62 |
| Tabela 10 | Análise de dimensionalidade do construto Operacional | 63 |
| Tabela 11 | Análise de dimensionalidade do construto Operacional | 63 |
| Tabela 12 | Análise de dimensionalidade do construto Operacional - Subconstruto 1 | 63 |
| Tabela 13 | Análise de dimensionalidade do construto Satisfação do Cliente | 64 |
| Tabela 14 | Análise de dimensionalidade do construto Concorrência | 64 |
| Tabela 15 | Análise de dimensionalidade do construto Visão de Longo Prazo | 65 |
| Tabela 16 | Coeficiente Alfa de Cronbach para indicadores e construtos da escala | 67 |
| Tabela 17 | Construtos e Subconstrutos formados | 67 |
| Tabela 18 | Estatística Descritiva para as variáveis | 69 |
| Tabela 19 | Estatística Descritiva para os subconstrutos | 70 |
| Tabela 20 | Estatística Descritiva para os subconstrutos por faixa de tempo de empresa | 71 |
| Tabela 21 | Teste Kruskal-Wallis para identificação de diferenças entre médias | 71 |
| Tabela 22 | Correlação entre os subconstrutos e o grau de empreendedorismo | 72 |
| Tabela 23 | Coeficientes da regressão múltipla | 75 |
| Tabela 24 | Poder explicativo do modelo | 75 |

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

| | |
|----------|---|
| ANPROTEC | Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas |
| ASCIPAM | Associação Empresarial de Pará de Minas |
| COFINS | Contribuição para Financiamento da Seguridade Social |
| CNPJ | Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica |
| CNPq | Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico |
| CSLL | Contribuição social sobre o lucro líquido |
| FINEP | Financiadora de Estudos e Projetos |
| GBPN | Guia Básico Sobre os Pequenos Negócios |
| ICMS | Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação |
| INSS | Instituto Nacional do Seguro Social |
| IPI | Imposto Sobre Produtos Industrializados |
| IRPJ | Imposto de Renda Pessoa Jurídica |
| ISS | Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza |
| MG | Minas Gerais |
| MPE | Micro e Pequena Empresa |
| PIB | Produto Interno Bruto |
| PIS | Programa de Integração Social |
| SEBRAE | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 1.1 Apresentação do tema | 11 |
| 1.2 Objetivos..... | 14 |
| 1.2.1 Objetivo geral..... | 14 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 14 |
| 1.3 Justificativa e Estrutura da Dissertação | 14 |
| 2 REFERENCIAL TEÓRICO..... | 16 |
| 2.1 Características do Empresário..... | 16 |
| 2.1.1 Conceitos e Importância do Empreendedorismo..... | 16 |
| 2.1.2 As Características Marcantes do Empreendedor..... | 19 |
| 2.2 Características das Micro e Pequenas Empresas | 24 |
| 2.2.1 Classificação das Micro e Pequenas Empresas..... | 24 |
| 2.2.2 As Micro e Pequenas Empresas no Brasil..... | 32 |
| 2.3 Fatores Condicionantes do Sucesso das Micro e Pequenas Empresas.. | 34 |
| 2.4 Modelo de Análise..... | 41 |
| 3 METODOLOGIA..... | 44 |
| 3.1 Caracterização da pesquisa..... | 44 |
| 3.2 Procedimentos Metodológicos | 46 |
| 3.3 Descrição da cidade de Pará de Minas | 47 |
| 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS..... | 51 |
| 4.1 Caracterização dos empreendedores..... | 51 |
| 4.2 Análise descritiva..... | 53 |
| 4.3 Análise da normalidade e da linearidade..... | 57 |
| 4.4 Análise da unidimensionalidade..... | 58 |
| 4.5 Confiabilidade das escalas..... | 66 |
| 4.6 Composição e análise dos construtos e variáveis..... | 67 |
| 4.7 Análise das correlações..... | 72 |

| | | |
|-----|---------------------------|----|
| 4.8 | Análise da regressão..... | 73 |
| 5 | CONCLUSÕES..... | 77 |
| | REFERÊNCIAS..... | 80 |
| | APÊNDICE | 84 |

1 INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação do Tema

Atualmente, a humanidade vive em uma era em que empreender torna-se praticamente uma necessidade, principalmente devido à disputa cada vez mais acirrada entre as empresas, tanto no mercado de bens, quanto no de trabalho. O empreendedor é um agente de mudança essencial para o progresso, pois ele desenvolve ou incorpora em seus negócios novas tecnologias que substituem as antigas, elevando a eficiência e a produtividade.

Galesne, Fensterseifer e Lamb (1999) explicam que, no final dos anos de 1990 o Brasil foi marcado pela explosão de movimentos empreendedores causados principalmente pela política econômica de mais abertura de economia, regulamentação, privatização e controle do processo inflacionário. Essas políticas abriram as portas do país, entradas de produtos estrangeiros. Tal política consistia em abrir as portas do país à entrada de produtos estrangeiros, visando aumentar a concorrência e tendo como justificativa a necessidade de modernização da planta industrial.

Este movimento ganhou força nos governos seguintes, impulsionando a estabilização da economia decorrente de implementação do plano real, em junho de 1994. Reforçado, posteriormente, pelos ajustes nas contas públicas e maior crescimento baseado na força do mercado interno garantindo novas oportunidades de empregos e negócios. Tal cenário levou muitas pessoas a abrir sua própria empresa para que fossem excluídas do universo dos desempregados e dos empreendedores ilegais. Assim, a busca pelas oportunidades por parte dos microempresários foi crescendo até que foram surgindo ferramentas que pudessem favorecer tais iniciativas.

Contudo, é importante observar que, ao se iniciar um novo negócio, consideráveis riscos e esforços estão envolvidos, para que seja superada a comodidade contra a criação de algo novo. No entanto, para se criar e desenvolver uma nova organização, o empresário de pequeno porte assume a responsabilidade e os riscos

pelo desenvolvimento e sobrevivência da criação além de lidar com novos desafios.

Conforme Hisrich e Peters (2004), os empreendedores em potencial devem prestar atenção ao foco final da ideia para um novo produto ou serviço – o consumidor. Tal atenção pode tomar a forma de monitoramento informal de ideias e necessidades ou de criação formal de oportunidade para que os consumidores expressem suas opiniões. É necessário ainda ter cuidado para garantir que a ideia ou a necessidade represente um mercado suficientemente competente para sustentar um novo empreendimento.

De acordo com Luecke (2007), os empreendedores desempenham um importante papel em toda sociedade de livre mercado e agem como uma força criativa, livrando-se de tecnologias, produtos e maneiras já estabelecidos e substituindo-os por outras que agregam maior valor aos bens e mercados transitórios.

Luecke (2007) salienta a importância de se reconhecer que o empreendedor faz mais do que apenas pensar em novos conceitos e reconhecer suas oportunidades comerciais. Ele, além disso, forma empresas e aloca seus recursos e tempo para administrá-las. Partindo-se desse ponto de vista, o autor define o empreendedor como sendo *“aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes. Também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem”* (LUECKE, 2007, p. 29).

Ao empreendedor não se exige apenas inovação e a capacidade de criar e conceitualizar, mas também, a capacidade de entender todas as forças em funcionamento no ambiente em que se está inserido. A novidade pode ser desde um novo produto e um novo sistema de distribuição, até um método para desenvolver uma nova estrutura organizacional.

Halloran (1994) afirma que uma das características mais importantes que um empreendedor deve ter é a confiança, pois haverá momentos e situações em que tudo poderá dar errado, e estando ele confiante diante de uma situação será determinante para a correção dos erros.

A determinação irá motivá-lo para encontrar a solução e permitirá que supere os obstáculos que surgirem. Ainda, com criatividade, ele será distinguido da concorrência, pois um empreendimento seguido de um empreendedor que busca inovação e que executa de forma melhor que os outros, e com novas ideias, conseqüentemente sobressairá.

Essa capacidade de transformar e criar que o empreendedor possui é aplicada às organizações para atender aos públicos diversos. Para Drucker (1997), organização é como um bem público, portanto, o conhecimento é a base pela qual ela deveria ser especializada (O QUE É CONHECIMENTO) em conhecimento produtivo. A função das organizações é tornar produtivos os conhecimentos, e quanto mais especializados forem, mais eficazes serão.

Segundo Etzioni (1989), a base da organização é ser uma unidade social, cujos objetivos organizacionais têm várias funções como, por exemplo, fonte de legitimidade que justifica as atividades, unidade de medida para verificar a produtividade.

A ação de organizar, distribuir de modo formal e com responsabilidade é a definição de organização dada por Bartoli (1991). O autor salienta, ainda, que organização é o conjunto organizado que representa a empresa em sua totalidade, referindo-se ao organograma.

O crescimento do espírito empreendedor tem feito crescer também a quantidade de empresas por todo o país e, dentre elas, as que mais têm demonstrado grande participação da economia nacional são as Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Uma micro região que merece destaque no Estado de Minas Gerais devido ao aumento contínuo da abertura de MPEs é a cidade de Pará de Minas, que exhibe certos índices de crescimento urbano e de abertura de micro e pequenas empresas.

A questão norteadora da pesquisa centra-se na necessidade de conhecer as estratégias utilizadas na gestão das MPEs na cidade de Pará de Minas, localizada na Região Central do Estado de Minas Gerais. O interesse pelo tema aumenta quando verifica-se que 74% dos 4.734 empreendimentos podem ser caracterizados

como micro e pequenas empresas , conforme estudo realizado na Associação Empresarial de Pará de Minas (ASCIPAM 2012).

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Descrever e analisar os fatores que influenciam no desempenho das MPEs da cidade de Pará de Minas, sob a visão dos empreendedores.

1.2.2 Objetivos específicos

- identificar as características do empreendedor;
- identificar as dimensões do macro ambiente;
- Analisar os fatores relacionados ao desempenho do negócio nas empresas.

1.3 Justificativas e Estrutura da Dissertação

As MPEs são de fundamental importância para a economia de um país, não somente pela geração de produção e empregos, mas também porque estão espalhadas pelo território nacional, o que auxilia o objetivo de reduzir os desequilíbrios regionais, bem como o de proporcionar oportunidades para uma população menos escolarizada, contribuindo, conseqüentemente, para melhorar o perfil de distribuição de renda.

Entretanto, como se sabe, este perfil de empresa apresenta alta taxa de insucesso e de mortalidade, frustrando os empresários e impactando negativamente o mercado de trabalho. Os fatores que provocam falência e o desaparecimento das MPEs são diversos. Assim sendo, a justificativa para a realização do estudo centrou-se na necessidade de conhecer os principais procedimentos e estratégias de gerenciamento das MPEs na cidade de Pará de Minas. O estudo justifica-se porque há evidências de grandes turbulências na vida das empresas. Somente no ano de 2011 foram abertas 115 empresas e fechadas 62, indicando uma alta mortalidade

(ACM, 2012).

O marco de referência adotado aborda as características fundamentais que são observadas por empresas de sucesso, sendo que esta pesquisa procura identificar se as micro e pequenas empresas na cidade de Pará de Minas adotam tais práticas. O estudo pode constituir-se em importante referencial para balizar intervenções de parte do setor público e de instituições como a Associação Comercial de Pará de Minas e SEBRAE, ambas voltadas para auxiliar o fortalecimento e o desenvolvimento deste segmento empresarial.

A dissertação está estruturada em cinco capítulos, contando com esta breve introdução, que situa o problema da pesquisa e ressalta os seus objetivos. O segundo capítulo é dedicado ao desenvolvimento do referencial teórico, voltado para as razões do sucesso de um empreendimento, sendo que o estudo adota uma abordagem com o foco em três dimensões: características do empresário; características da empresa; e o ambiente externo e interno no qual a empresa se insere. Neste capítulo são introduzidos conceitos, definições, aspectos da legislação pertinentes, bem como as principais formulações teóricas dos autores selecionados. A metodologia da pesquisa é tema do terceiro capítulo, onde é caracterizada a pesquisa e descritos os procedimentos utilizados ao longo do estudo para o levantamento dos dados, consoante a fundamentação teórica desta pesquisa. Neste capítulo são apresentadas informações sobre método empregado, a amostra de empresas pesquisadas e o questionário aplicado, que gerou a base de dados empregada na dissertação. No quarto capítulo são analisados os dados levantados pela pesquisa, e apresentadas as principais estatísticas e discussões sobre os resultados alcançados, tendo em vista a fundamentação teórica adotada no estudo.

O quinto e último capítulo apresenta as conclusões e considerações finais da dissertação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Inúmeros estudos identificam os fatores de sucesso e fracasso das micro e pequenas empresas no Brasil. Há um consenso de que a sobrevivência está relacionada aos aspectos das características do empresário, do ambiente interno que se refere às características das empresas e das condições do ambiente externo. O autor considera adequada esta tipologia que será adotada nesta dissertação.

2.1 Características do Empresário

2.1.1 Conceitos e Importância do Empreendedorismo

De acordo com Neto e Sales (2004), o empreendedorismo começa a apresentar seus primeiros focos de existência ainda no Século XVII. Conforme os autores, nesta mesma época, havia indícios de relação entre assumir riscos e empreender, em que era estabelecido um acordo contratual juntamente com o governo para executar determinados tipos de serviço ou fornecimento de produtos. Neto e Sales (2004) apontam Richard Cantillon, como um dos percussores do termo empreendedorismo, diferenciando o empreendedor do capitalista.

Na idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. O empreendedor nesta época não assumia grandes riscos, pois ele apenas gerenciava os projetos, muitas vezes financiados pelos governos dos países. A este respeito,

Richard Cantillon (1755/1950) fez um esforço no sentido de tentar identificar quem era o indivíduo empreendedor, vinculando sua representação não em relação à sua função na sociedade, mas a seu posicionamento com respeito ao risco das oscilações de oferta e demanda (COSTA, BARROS e CARVALHO, 2011, p. 184).

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem estar da população. Assim, a terminologia empreendedorismo é utilizada para identificar pessoas que têm uma visão e transformam o ambiente em que atuam. De acordo com Dolabela (1999):

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução de *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividade, seu universo de atuação e é antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas (DOLABELA, 1999, p. 68).

Schumpeter foi o pioneiro e o mais influente teórico das ações dos empresários responsável pelas mudanças do capitalismo, conceituando e popularizando o empreendedorismo, as inovações e a chamada “destruição criativa”. Seus estudos passaram a ser mais conhecidos, especialmente, com a divulgação em língua inglesa dos livros *Teoria do Desenvolvimento Econômico* (publicado em alemão em 1912) e *Capitalismo, Socialismo e Democracia* (1942) onde estão presentes as linhas básicas de seu pensamento segundo Moricochi e Gonçalves (1994).

Shumpeter *Apud* MacGraw (2012, p. 81) menciona “cinco tipos de inovação que definem o ato empreendedor:

1. A introdução de um novo bem – ou seja, um produto com o qual os consumidores ainda não estejam familiarizados – ou seja de uma nova qualidade de um bem.
2. A introdução de um novo método de produção, ou seja um método que ainda não tenha sido testado pela experiência industrial no ramo industrial em questão.
3. A abertura de um novo mercado, ou seja, um mercado no qual o ramo industrial específico do país em questão não tenha entrado anteriormente, existisse ou não este mercado.
4. A conquista de uma nova fonte de abastecimento de matérias-primas ou produtos semimanufaturados, também independentemente do fato de essa fonte já existir ou ainda ter de ser criada.
5. A promoção de uma nova organização de uma indústria qualquer, como a criação de uma posição monopolista (por exemplo, através da formação de um truste) ou o rompimento de uma posição monopolista.”

Segundo Neto e Sales (2004), a história do empreendedorismo na contemporaneidade inicia a partir da atuação de Schumpeter (1982) que, ao explicar como funcionava o processo de expansão econômica na primeira metade do século XX, conseguiu inserir modelos empreendedores na economia.

Neto e Sales (2004) afirmam que o empreendedorismo se dá como sendo uma das bases fundamentais para o processo de criação de riquezas e, acima de tudo, crescimento econômico. Ressalvam que Schumpeter procurava uma resposta que

promovesse mudanças de melhorias tanto econômicas quanto sociais. Os autores definem o empreendedorismo, da seguinte maneira:

É um processo dinâmico de criação de riqueza incremental. A riqueza é criada por indivíduos que assumem maiores riscos em termos ativos, tempo e perspectivas de carreira, para produzirem bens ou serviços através dos recursos que lhe são disponibilizados (NETO e SALES, 2004, p. 10).

Houve, com o passar dos anos, uma verdadeira revolução, a qual conforme Dolabela (1999) mostrou que o empreendedorismo não deve ser conceituado apenas como uma visão empreendedora, mas também deve-se buscar entendimentos na sua forma e no que realmente é. De acordo com Dolabela (1999), a orientação empreendedora emergiu como forte antecedente da aprendizagem organizacional, indicando, portanto, a influência no sucesso das inovações por meio da aprendizagem organizacional adquirida. O empreendedorismo, então, tornou-se uma ferramenta de grande relevância para as organizações, pois, tem resultado essencial e de forte impacto indireto no sucesso das inovações.

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza e esta:

É criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode ou não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários. (HISRICH e PETERS, 2004, p. 29).

O empreendedorismo é, segundo um estudo realizado pelo Sebrae (2012), um processo que designa todos os estudos relacionados ao empreendedor, tais como, por exemplo, a origem, sistema de atividades e também o universo de atuação.

O empreendedorismo é importante não somente para aplicar uma gestão estratégica eficiente e eficaz, mas, especialmente, por permitir mudanças no mercado de trabalho, desenvolver conceitos inovadores de empregabilidade, além de causar mudanças radicais nas organizações.

De acordo com o verificado, o empreendedorismo refletiu seus primeiros focos na década de 1990. A este respeito, Dornelas (2005) afirma que no Brasil, o grande

propulsor foi a abertura da economia que permitiu o desenvolvimento de empresas voltadas ao atendimento e apoio ao empreendedor. O autor ressalta que antes dessa fase, a terminologia “empreendedor” não era conhecida, o que resultava na restrição e limitação da abertura de micro e pequenas empresas devido ao ambiente político e econômico desfavorável no país.

Ainda que se tenha percebido a existência de instituições que apoiam o empreendedorismo, como o SEBRAE, por exemplo, é preciso que ações voltadas à realidade do país sejam efetivadas por meio de atuações governamentais a partir do resgate do avanço consequente da iniciativa privada e de entidades não-governamentais. Esta seria uma forma de valorizar a capacidade empreendedora que os brasileiros possuem na busca de soluções para os problemas existentes.

Portanto, é notório que o progresso não para, e aquele que não antecipa suas próprias mudanças está condenado a ser um perdedor. O sucesso aparece apenas para aqueles que embarcam em um processo de aprimoramento contínuo, e para se manter no mercado, é preciso ter espírito empreendedor. Por esse motivo, acredita-se que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas socioeconômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, por meio da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

2.1.2 As características Marcantes do Empreendedor

No mundo contemporâneo, empreender é praticamente uma necessidade, principalmente por haver grande disputa no mercado de trabalho. Diante do exposto, o empreendedor tem seus fundamentos e conceitos apoiados na disciplina, na capacidade de assumir riscos, no espírito inovador, na ousadia e persistência, em ser um profissional visionário e de iniciativa própria.

Contudo, para empreender com eficácia e assegurar o sucesso do negócio, Luecke (2007) afirma que é preciso que o empreendedor, alie análise, planejamento estratégico, capacidade de implementação e controle para o seu negócio. Segundo o autor, são estes os elementos fundamentais para o êxito de empreendimentos inovadores.

Nesse sentido, ao se iniciar um novo negócio, Luecke (2007) salienta que o empreendedor deve ter consciência que isso envolve considerável risco e esforço para que seja superado o desafio da criação de algo novo. Contudo, ao decidir por desenvolver uma nova empresa, o empreendedor assume a responsabilidade e os riscos pelo desenvolvimento e sobrevivência da criação, além de lidar com novos desafios, passar também a fazer parte da economia local e nacional.

Ainda para o autor, o empreendedor é um agente de mudança de onde se pode esperar o progresso, pois eles inventam ou comercializam novas tecnologias que substituem as antigas. Luecke (2007) define o empreendedor:

Aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes. Também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem (LUECKE, 2007, p. 29).

Para Gerber (1992), o empreendedor é o visionário dentro de cada ser, o catalisador das mudanças e diante disto,

O empreendedor vive no futuro, nunca no passado, raramente no presente. É mais feliz quando livre para construir imagens de “e se” e de “e quando”. O empreendedor é a personalidade criativa, sempre lidando melhor com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, caos em harmonia (GERBER, 1992, p. 22).

De acordo com Valej, Wilkinson e Amâncio (2008), é exigido ao empreendedor não apenas a criação, inovação e a capacidade de lançar no mercado algo novo, mas, inclusive, a capacidade de compreender todas as forças que atuam no ambiente no qual se está inserindo. Ainda que a novidade seja um novo produto, um inovador sistema de distribuição ou até mesmo um método para desenvolver uma nova estrutura organizacional, o empreendedor precisa entender todo o ambiente.

Hisrich e Peters (2004, p. 171) completam que, “as ideias emergem a partir de fontes de ideias ou da solução criativa de problemas, elas precisam de um desenvolvimento e aperfeiçoamento posteriores até o oferecimento do produto ou serviço final”.

Juntamente com as mudanças e inovações vem o sucesso, e segundo Fernandes e

Santos (2008), o sucesso para o empreendedor significa engajar-se em um processo de criação destrutiva, o qual ele procura arruinar o processo produtivo atual e a dinâmica competitiva, centrada muitas vezes em custos, e introduz um novo produto, novos arranjos de distribuição, e novas ideias de comunicação e posicionamento, frequentemente sob condições de risco e de incertezas.

Os autores completam que para o empreendedor, sucesso está relacionado à capacidade de inovar e esta depende da empresa. Os fatos inovadores da empresa são definidos nesse estudo como a orientação cultural de uma organização frente à inovação e compõe uma das dimensões do empreendedorismo.

Conforme Valei, Wilkinson e Amâncio (2008), a capacidade empreendedora compreende, ainda, a habilidade de operacionalizar os acordos dos negócios existentes entre as partes envolvidas, tais como, por exemplo, os parceiros, os fornecedores de peças e serviços, o capitalista, o inventor do processo, os distribuidores, as agências governamentais, o saber manter relações bem-sucedidas com os trabalhadores e o público. Os autores ainda salientam que a capacidade de quebrar barreiras e alcançar o sucesso encontra-se na própria essência da atividade empreendedora.

Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) reforçam ainda que o empreendedor é dotado de uma capacidade de associar e de complementar o conjunto ideal de insumos necessários a um determinado processo produtivo e que as capacidades de somar e complementar insumos e a de preencher vazios representam as características distintivas dos empreendedores.

Para os autores, os reais empreendedores agem no mercado com a finalidade de criar e/ou abrir novas possibilidades, preenchendo as lacunas descontínuas deixadas por outras empresas. Desta forma, o empreendedor cria novas rotas, expandindo o mercado o qual está se inserindo. Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) ainda afirmam que, entretanto, a atividade de empreender pode, em alguns casos, criar novas obstruções ao provocar o surgimento de monopólios.

Embora o impacto direto ocasionado pelo empreendedorismo na empresa por parte

do empreendedor não precisa ser algo limitado, uma vez que o seu sucesso como empreendedor é diferente daquele do administrador. Diante das diversas mudanças que vem ocorrendo nas organizações, os administradores devem buscar recursos que visem à atuação permanente da empresa no contexto globalizado.

Tal realidade trouxe o espírito empreendedor o qual, de acordo com Elias (2001), deve apresentar algumas características básicas para o sucesso dos negócios. Estas características são, para o autor, as necessidades, o conhecimento, as habilidades e os valores. E que ainda são completados segundo o autor por 11 passos que devem ser bem definidos e possíveis de alcançar a conquista:

- a) Estabelecer metas: estas devem ser bem definidas e mensuráveis e que sejam capazes de se estabelecer algo que seja possível e satisfatório.
- b) Informações: É preciso que o empreendedor busque informações de clientes e fornecedores, além de seus concorrentes a fim de que seja realizado um estudo eficaz na busca pelo atendimento adequado ao mercado.
- c) Planejamento: É a divisão das tarefas e com os prazos bem definidos, realizando revisões periódicas e levantamento dos resultados alcançados.
- d) Oportunidades e iniciativa: O empreendedor deve fazer coisas mesmo antes do solicitado, promovendo a expansão de seus negócios de modo a aproveitar as oportunidades que aparecerem.
- e) Qualidade e eficácia: É a forma do empreendedor encontrar maneiras de fazer melhor e mais rápido as coisas, satisfazendo os padrões de excelência, assegurando que ao término do trabalho atendeu às exigências da qualidade.
- f) Saber calcular os riscos: É o modo de como o empreendedor avalia as alternativas e calcula os riscos, procurando reduzir os riscos, melhorando os resultados.
- g) Persistência: Repetir ou mudar de estratégia sempre que for necessário, assim poderá superar os obstáculos assumindo as responsabilidades pessoais, atingindo as metas e objetivos da organização.
- h) Comprometimento: Ser responsável com as obrigações e a busca por alcançar as metas e objetivos traçados, mantendo os clientes satisfeitos.
- i) Rede de contatos: Saber manter uma rede de contatos, bem como saber influenciá-los.

- j) Autoconfiança: Busca pela autonomia mantendo o próprio ponto de vista frente aos resultados, mesmo que estes sejam desanimadores.

Além do exposto, pode-se dizer que há, ainda, o empreendedor nato. Sobre esta referência, Dolabela (1999) salienta que refere-se àquele que nasce com as peculiaridades e características fundamentais para ser um empreender de sucesso. Contudo, pelo fato de ser um ser social, certamente ele sofrerá influência do meio em que está inserido. Assim sendo, sua formação empreendedora poderá ocorrer por influência de amigos, atividades que executa no trabalho, família, educação, estudo, formação e prática.

Para o autor, o indivíduo, ao aprender a empreender, precisa apresentar um comportamento proativo, mas, além disso, é fundamental que ele queira aprender a pensar e agir por conta própria. Esta atuação necessita ser acompanhada por liderança, criatividade e visão de futuro, de modo a criar, inovar e ocupar um espaço de liderança no mercado.

Segundo Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) é possível que a formação empreendedora do indivíduo seja influenciada pelo campo científico e acadêmico e caracterizada pelas diversidades e situações que permitem o estabelecimento direto da ação e sua concretização.

Uma das características apontada pelos autores ao empreendedor nato é a natureza da ação, na qual o indivíduo busca realizar algo diferente e inovador do que já existe no mercado. Considerando esta peculiaridade, Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) afirmam que o empreendedorismo está relacionado diretamente às mutações de processos e produtos. Quanto à segunda característica, os autores afirmam que se trata da ausência ou inexistência de um controle efetivo sobre as maneiras de realização e recursos essenciais ao desenvolvimento da ação desejada, liberdade de ação.

Os autores enfatizam que, caso estas duas características apontadas estiverem juntas, certamente, haverá um empreendimento. De igual modo, não são todas e quaisquer ações criadas, elaboradas e desenvolvidas, sob risco e sem controle dos processos que podem ser consideradas empreendedoras.

Portanto, para que uma ação seja empreendedora, é necessário que haja quatro fatores considerados fundamentais. Sobre estes fatores, Dolabela (1999) afirma ser a visão, energia, liderança e relações. Além disso, o autor ainda destaca como uma das principais características do empreendedor, as relações, pois, a partir destas, ele poderá obter conhecimentos importantes dentro de uma estrutura de mercado.

Percebe-se que o empreendedor é inovador, criativo e quer sempre algo mais. É o tipo de profissional que sabe ser líder.

2.2 Características das micro e pequenas empresas

2.2.1 Classificação das micro e pequenas empresas

Sobre a Constituição Federal de 1988 e o Estatuto das MPEs, Dolabela (1999) aponta os artigos 146, 170, 179, onde são apresentados os marcos legais que fundamentam, no Brasil, as normativas e ações de apoio.

Conforme o Sebrae (2012), o artigo 146 da CF/88 apresenta dois novos dispositivos devidamente aprovados em 2003 pela Reforma Tributária. Tais dispositivos preveem uma lei de hierarquia superior, lei complementar, determinando o tratamento favorável e diferenciado para as MPEs. Dentre tais diferenciações, pode-se incluir o cadastro único de identificação, regime único de arrecadação dos impostos, bem como as contribuições da União, estados e municípios, tal como segue:

Art. 146. Cabe à lei complementar:

I - dispor sobre conflitos de competência, em matéria tributária, entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios;

II - regular as limitações constitucionais ao poder de tributar;

III - estabelecer normas gerais em matéria de legislação tributária, especialmente sobre:

[...]

Parágrafo único. A lei complementar de que trata o inciso III, d, também poderá instituir um regime único de arrecadação dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, observado que: (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003)

I - será opcional para o contribuinte; (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003)

II - poderão ser estabelecidas condições de enquadramento diferenciadas por Estado; (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003)

III - o recolhimento será unificado e centralizado e a distribuição da parcela de recursos pertencentes aos respectivos entes federados será imediata,

vedada qualquer retenção ou condicionamento; (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003)

IV - a arrecadação, a fiscalização e a cobrança poderão ser compartilhadas pelos entes federados, adotado cadastro nacional único de contribuintes. (Incluído pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003) (BRASIL, 1988, SP).

A respeito do artigo 170, o Sebrae (2012) explica que este introduz as MPEs nos princípios gerais da ordem econômica, assegurando, assim, tratamento diferenciado de modo que as favoreças, conforme apresentado:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003)

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas brasileiras de capital nacional de pequeno porte.

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995)

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei (BRASIL, 1988, SP).

Já o artigo 179 da CF/88 determina às administrações públicas que dispensem o tratamento jurídico diferenciado às MPEs, com a finalidade de promover o incentivo pela simplificação ou diminuição das obrigações administrativas, inclusive as tributárias, previdenciárias e de crédito.

Art. 179. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios dispensarão às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-las pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei (BRASIL, 1988, s.p).

Conforme demonstrado, os artigos ora citados representam as principais referências às MPEs para a adoção de medidas de apoio, através de leis, decretos e demais

mecanismos legais.

Conforme Tavares (2008) existem algumas restrições básicas impostas no Brasil para que uma empresa possa ser classificada como micro ou pequena e, conseqüentemente, fazer uso de determinados benefícios oferecidos a elas, como, por exemplo, a opção pelo Super Simples. Assim, a definição que tem sido mais adotada para as MPEs é aquela constante na Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas de 2006 que determina serem aquelas que têm um faturamento de, no máximo, R\$ 360 mil anual. No caso das pequenas empresas, elas devem faturar de R\$ 360 mil a R\$ 3,6 milhões por ano.

Porém, Lacerda (2005) constata que há diversos critérios adotados para este fim, tais como, a receita operacional líquida, receita bruta, número de empregados, nível de sofisticação tecnológica, capital social e muitos outros. O autor observa que estes critérios, para serem usados na definição de MPEs podem ser considerados em conjunto ou de forma isolada.

É possível conceituar as MPEs a partir da multiplicidade destes critérios que podem ser qualitativos e quantitativos. O primeiro refere-se aos elementos especializados em termos de empresa e gestão que normalmente, são adotadas pelas empresas familiares. O qualitativo combinado é aquele em que a falta de organização quanto à estrutura financeira não é a adequada para a empresa.

Conforme Petty, Moore e Longenecker (2004), podem ser ainda acrescentados alguns outros critérios mistos que resultam da relação entre fatores qualitativos e quantitativos, combinando com os indicadores sociais e econômicos do país.

Souza (2009) afirma que dentre as características mais relevantes que as MPEs apresentam, pode-se citar a do empreendedor individual que trabalha por conta própria com o mínimo ou nenhum empregado, tendo lucratividade e produtividade baixas. Além deste fator, é possível ainda apontar a elevada diversidade dos níveis de lucro que há entre elas que, se comparar pelo tipo de atividade, algumas têm alta lucratividade se comparada com o simples e modesto desempenho, ou irrelevante

demais.

Também como característica, Souza (2009) observa que as MPEs possuem capacidade de reação rápida quanto às modificações do mercado, tenacidade econômica e relações a pessoas próximas, contudo, poucas delas conseguem permanecer no mercado, e fecham suas portas rapidamente. Elas se caracterizam ainda pela utilização de pouca intensidade de capital para o desenvolvimento de suas atividades.

Para Santos (2008) as MPEs apresentam desempenho significativamente melhor quando atuam em pequenos mercados e de forma isolada. Além disso, verifica-se que elas têm maior flexibilidade de ação e agilidade mais elevada que as grandes empresas, por causa da proximidade que possui em captar os sinais de mudanças de mercado com maior facilidade e rapidez, permitindo com que elas sejam mais interativas e busquem por ações que as mantenham no mercado.

Segundo Requião (2007) as MPEs é resultado de uma política que elimina a burocracia em torno dessas empresas para proporcionar a facilidade e agilidade no funcionamento dos pequenos empreendedores. Mas, por força da lei, essas empresas precisam adotar, para efeito de identificação, sua denominação ou firma, com o uso da expressão microempresa ou então apenas a abreviatura ME.

De acordo com Dornelas (2005), percebe-se que no Brasil a importância dada ao empreendedorismo tem crescido de forma significativa, conforme acontece nos países desenvolvidos onde representa parcela expressiva que impulsiona a economia.

Sobre tal crescimento apontado pelas MPEs, Nusdeo (2005) enfatiza que somente no ano de 2000, elas já concentravam aproximadamente 4.117.602 (quatro milhões, seiscentos e dezessete mil e seiscentos e duas) empresas. Este número pulou para 5.028.318 (cinco milhões e vinte e oito mil, trezentos e dezoito) em 2004, dentro do qual percebe-se um aumento significativo de 22,1% de novos estabelecimentos empresariais.

Com base nesta realidade vivida pelas MPEs, o autor afirma que, consecutivamente,

elas têm representado cada vez mais fator de contribuição no crescimento econômico brasileiro, que teve evolução gradativa entre os anos de 2004 e 2008 devido ao controle inflacionário e estabilização da moeda nacional. Outro fator que contribuiu para o aumento do número de MPEs no Brasil foi a falta de investimentos e políticas públicas de financiamento para as grandes atividades. Assim, apenas aquelas que tinham recursos, apresentavam capacidade para investirem em produção.

Conforme o Sebrae (2006) o crescimento contínuo das MPEs pode ser observado ao analisar a sua distribuição no Brasil, destacando a região norte que, em 2005, apresentou um aumento de 29,1%, seguido da região centro-oeste com 27,2%, nordeste com 24,9%, 21,6% no sul e no sudeste houve crescimento de 20,5%.

Com base nos dados do Sebrae (2006), é perceptível a evolução quanto à abertura de novas MPEs pelo país, atingindo, inclusive, as regiões com menor taxa de desenvolvimento econômico. Para o Sebrae (2006) a ocorrência desse fenômeno se deve por dois motivos distintos que foram a saturação nos grandes centros econômicos com extensa concentração na região sudeste, levando, de forma natural, menor incentivo às oportunidades de abertura de empresa e a procura por oportunidades que apontaram as regiões norte, nordeste e centro-oeste como sendo as principais para o desenvolvimento econômico.

Ao considerar esta mesma análise por Unidade de Federação, o Sebrae (2006) aponta como maior destaque para o crescimento da MPE, o Estado do Pará, com 35% de aumento de novas empresas. Consequente, tem o Amapá, Amazonas, Goiás, Mato Grosso e Roraima, respectivamente, que apresentaram um crescimento significativo de mais de 30%.

Quanto aos registros mais baixos de abertura de novos negócios, o Sebrae (2006) aponta para os estados do Rio de Janeiro com apenas 13,3% e Distrito Federal que apresentou somente 14%. Os estados do Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Piauí, Rio Grande do Sul, Sergipe e Tocantins, respectivamente, tiveram um aumento inferior a 20%.

Um estudo realizado pelo Sebrae/MG em 2002 classifica as MPEs da seguinte

forma:

QUADRO 1

Classificação das empresas por porte segundo o SEBRAE

| | |
|------------------------|---|
| Micro Empresa | Na indústria e construção: até 19 funcionários; No comércio e serviços: até 09 funcionários. |
| Pequena empresa | Na indústria e construção: de 20 a 99 funcionários; No comércio e serviços: de 10 a 49 funcionários. |

Fonte: Site SEBRAE, 2012.

Nota-se que o Sebrae usa o número de funcionários como indicados para a classificação das empresas. Entretanto, legalmente e de acordo com o Estatuto da Micro e Pequena Empresa, a classificação para definir as MPEs é baseada na receita bruta anual, conforme valores determinados pelo Decreto nº 5.028/2004, de 31 de março de 2004.

QUADRO 2

Classificação das empresas por porte segundo o Estatuto da Micro e Pequena Empresa

| | |
|------------------------|--|
| Micro Empresa | 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) |
| Pequena empresa | 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). |

Fonte: Tavares, 2008.

Segundo Tavares (2008), é importante apresentar também a classificação destas empresas de acordo com o regime simplificado de tributação - SIMPLES, pois refere-se a uma lei de cunho estritamente tributário. Assim sendo, ela adota critérios diferentes do Sebrae e do Estatuto, o qual seja:

QUADRO 3

Classificação das empresas por porte segundo o SIMPLES

| | |
|------------------------|---|
| Micro Empresa | Receita bruta anual igual passa de R\$ 240 mil para R\$ 360 mil a partir de 2011 |
| Pequena empresa | Receita bruta anual sobe de R\$ 2,4 milhões para R\$ 3,6 milhões a partir de 2011 |

Fonte: Tavares, 2008.

O Simples Nacional inclui um total de seis impostos federais que são o IPI (Imposto

Sobre Produtos Industrializados), INSS patronal (Instituto Nacional do Seguro Social), Cofins (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social), IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica), PIS (Programa de Integração Social), CSLL (Contribuição social sobre o lucro líquido) e o ICMS (Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias) e o ISS (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza) recolhido pelos municípios (TAVARES, 2008).

Segundo o World Bank (2006), as empresas de pequeno porte apresentam, no mínimo, três contribuições para a economia. A primeira contribuição é o seu impacto no mercado de trabalho expresso pela geração de novas vagas de emprego e, por esse motivo, contribui, automaticamente, com a redução da pobreza. A segunda contribuição refere-se ao fato de que elas são fontes inesgotáveis de atividades e inovação, o que colabora no desenvolvimento do talento empreendedor. E a terceira, por dar impulso e incentivo à economia pela abertura de novos empreendimentos e introdução de novas atividades.

Dornelas (2005) observa que o tratamento do empreendedorismo e das MPEs tem recebido significativa atenção no Brasil, incentivando para a abertura de novas empresas, o empreendedorismo e impulsionando a economia do país.

Para Fillion (2008), empreender requer a análise do campo no qual o empreendedor está inserido, dentre o qual, destacam-se MPE e, administrá-las desde o início de operacionalização para muitos ainda é um grande desafio. Em alguns países, as MPEs têm recebido destaque nas políticas públicas e, consecutivamente, o empreendedorismo é objeto de ações que efetivam este negócio. É possível afirmar, diante do contexto apresentado, que as MPEs significam parcela relevante na economia mundial e do Brasil.

Tavares (2008) salienta que as MPEs são fundamentais para a economia do país e, por isso, têm sido alvo cada vez maior de políticas específicas com a finalidade de promoverem e contribuir para a sua sobrevivência no mercado. Dentre tais políticas a autora aponta como exemplo a referida Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas. A lei tem como finalidade criar facilidades em questões tributárias como o Super Simples. São medidas que foram tomadas com o intuito de ir ao encontro da

constatação que grande parte das MPEs fecha as portas prematuramente. Os efeitos parecem ser positivos, pois, das MPEs abertas entre os anos de 2003 e 2005, 78% permanece no mercado.

Contudo, para que elas se mantenham sustentáveis, é importante que o empreendedor tenha uma visão mais ampla do mercado, sendo o plano de negócio etapa fundamental para o sucesso do empreendimento. Segundo o Sebrae (2012), antes que seja iniciado um negócio, deve-se decidir qual será este negócio para que assim, seja uma empresa de permanente crescimento no mercado.

Segundo o Sebrae (2012), o plano de negócio pode ser considerado como sendo o documento elaborado pelo empreendedor que tem a finalidade de estruturar as ideias essenciais e principais que ele irá analisar para decidir no que se refere à viabilidade da empresa a ser criada ou expandida. Conforme exposto, o plano de negócio é a fase que requer mais tempo, uma vez que envolve diversos conceitos que precisam ser compreendidos e expressos em forma de escrita. Assim, dará forma a um documento que irá resumir todas as informações da empresa, do mercado, da estratégia de negócio, da gestão, dos concorrentes e do crescimento.

Desta forma, o Sebrae (2012) aponta que, para criar uma empresa é preciso que o empreendedor tenha uma diversidade de conhecimentos a respeito do ramo que deseja atuar, estabelecendo objetivos, metas e procedimentos operacionais. Enfim, é necessário desenvolver um planejamento financeiro, montar a estrutura da empresa, localização, e outros aspectos que fazem parte do Plano de Negócios.

Conforme o Sebrae (2012), o plano de negócio é uma das ferramentas principais de um empreendedorismo e, ao longo de sua elaboração, vão surgindo as abordagens, alternativas e problemas que antes de seu desenvolvimento, ainda não tinham sido identificados.

De acordo com Mckinsey e Ashoka (2001), a elaboração do plano de negócio deve ser a primeira etapa desenvolvida quando na criação ou expansão de um negócio. Para elaborar o plano de negócio, é preciso um bom planejamento do trabalho, foco no produto final, adequação às orientações externas e busca por apoio.

Para tanto, Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) afirmam que o plano de negócio requer um processo de construção que seja efetivo e seguro, permitindo conhecer os elementos fundamentais que podem levar ao sucesso ou fracasso da empresa. O plano de negócio não descreve somente os objetivos, mas, inclusive, quais serão os passos a serem seguidos para a sua execução e do que irá depender.

Desta forma, os autores explicam que elaborar um plano de negócios obrigará o empreendedor a organizar as ideias acerca da viabilidade do negócio que deseja abrir ou expandir, introduzindo informações necessárias para o sucesso da ideia. Portanto, os números são substituídos por opiniões e argumentos que deverão seguir a seguinte lógica: Sumário Executivo; Descrição do Negócio; Plano Estratégico; Plano de Marketing; Plano Financeiro e Organização e Gerência do Negócio. É evidente que a possibilidade de se manter no mercado será maior para as empresas que adotam este roteiro do que aquelas que abrem um negócio sem qualquer planejamento.

2.2.2 As Micro e pequenas empresas no Brasil

De acordo com Requião (2007), a atividade considerada um micro ou pequeno negócio tem grande importância no cenário econômico brasileiro, podendo confirmar, segundo pesquisa realizada pelo Guia Básico Sobre os Pequenos Negócios (GBPN) de São Paulo, que as MPEs já representam em média quase 99,2% das empresas brasileiras, empregando em média 60% das pessoas que estão economicamente ativas do Brasil.

Porém, essas empresas respondem somente por 20% do Produto Interno Bruto brasileiro (PIB). A autora observa que só no ano de 2005, registrava-se cerca de 5 milhões de MPEs no país, o qual inclui-se, dentre outros, o dono de pousada, a costureira, o padeiro, o cabeleireiro, o contador. Assim sendo, segundo a autora, as MPEs podem ser definidas como sendo aquelas que referem-se à ideia de ser uma empresa, de qualquer entidade da qual, de modo independente quanto à sua forma jurídica, exerce uma atividade econômica.

Requião (2007) observa que os empreendimentos constituídos formalmente só em

São Paulo são caracterizados pelo baixo número de empregados e peculiaridade pessoal na busca por ajuda para a concretização dos negócios, tais como, por exemplo, a busca por orientação a outras pessoas do ramo, a amigos, parentes, ou qualquer outra pessoa que tenha seu próprio negócio e possa auxiliá-lo.

A vontade de ter o negócio próprio é, sem dúvida, o principal elemento motivador para a abertura de uma MPE, aumentando, cada vez mais, sua importância na economia brasileira e mundial.

Para auxiliar e apoiar essas empresas, Palermo (2002) cita a criação do SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. A autora afirma que o Sebrae é uma instituição técnica que oferece apoio ao pequeno empreendedor para o desenvolvimento do seu negócio e das suas atividades empresariais de pequeno porte, direcionada para a promoção e transmissão de projetos e programas que tem como objetivo o fomento e o fortalecimento das MPEs.

O objetivo do Sebrae é ter uma atuação inovadora, estratégica e pragmática junto aos micro e pequenos empreendedores para fazer com que a realidade dos pequenos negócios tenha condições mais favoráveis para uma evolução sustentável, auxiliando para o desenvolvimento do Brasil em todos os seus aspectos. Foi desenvolvido pela lei de iniciativa do Poder Executivo, idealizada em comum acordo com as confederações que representam as forças produtivas do país, pois, sem essa parceria, esse modelo de auxílio às MPEs não se concretizaria.

Palermo (2002) afirma que o Sebrae oferece suporte co-atendimento pessoal e também por meio do seu site que possui uma gama de informações fundamentais para quem deseja abrir uma empresa.

Tal suporte é dado desde a elaboração do Plano de Negócios, passando pela escolha do tipo de negócio até a sua formalização. Além disso, há ainda atendimento personalizado, pessoalmente, nas diversas cidades brasileiras, com vários postos de atendimento.

Segundo Dolabela (1999) a iniciativa em oferecer apoio as MPEs surgiu na década

de 1980, tendo como marco principal, a criação da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC). A partir de então, as atividades das MPEs no cenário nacional foi acelerando substancialmente e, depois, foram surgindo várias parcerias que ofereceram o mesmo apoio, como o SEBRAE, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP).

Dolabela (1999) destaca que, mesmo tendo apoio legal para se manterem no mercado, a mortalidade das MPEs ainda ocorre constantemente. Mas elas ainda representam grande significância para o mercado, seja na geração de novos empregos ou no desenvolvimento tecnológico.

De acordo com Valei, Wilkinson e Amâncio (2008), são abertas em média 400 mil novas empresas por ano no Brasil, sendo a grande maioria MPE. Dentre tais empresas, o setor do comércio e de serviços são os que apresentam maior concentração das MPEs. Esta grande concentração ocorreu ainda no início da década de 1990, quando as grandes empresas estavam sendo instaladas no país que, seguindo uma tendência mundial, estimularam a terceirização de setores que não são consideradas fundamentais para o negócio.

Desta forma, surgem, gradativamente, empresas de prestação de serviços como conservadoras, de segurança patrimonial, de motoristas, de segurança pessoal, dentre outras. Algumas empresas, buscando sair das obrigações dos encargos trabalhistas elevados do Brasil, escolheram em dispensar os funcionários e contrata-los através da MPE.

Ainda com o surgimento do Estatuto da Micro e Pequena Empresa no Brasil o ano de 1998 promoveu a facilidade política empresarial que, com o desemprego, auxiliou ainda mais para que as MPEs surgissem. Contudo, mesmo parecendo um sonho conquistado, o micro e pequeno empreendedores ainda passam por diversos percalços.

2.3 Fatores Condicionantes do Sucesso das micro e pequenas empresas

Existem diversos fatores que devem ser considerados pelos empreendedores para o sucesso da empresa. Nesse sentido, Medina e Silveira (2003) afirmam que antes de tudo, é fundamental que os órgãos governamentais e os próprios empreendedores tenham consciência da importância que a MPE representa para a economia do país. Sendo assim, pode-se observar que elas fazem parte da comunidade empresarial, produzindo parte substancial e essencial do total de bens e serviços produzidos e oferecidos aos consumidores.

Considerando essa visão, os autores enfatizam que a participação e contribuição das MPEs no Brasil são semelhantes às das grandes organizações, porém, têm como diferencial o oferecimento de contribuições únicas por gerarem novos empregos, colocarem no mercado produtos inovadores, por estimularem a competitividade, ajudarem as grandes empresas mesmo de forma indireta e por criarem bens e serviços com alta eficiência.

Neste sentido, Fillion (2008) salienta que os segmentos e atividades atingidos pela MPE apresentam êxito dos mais variados, podendo destacar as atividades relacionadas à inovação tecnológica e que exigem capacidades, habilidades ou serviços especializados. O autor constata que, o sucesso do empreendedor no mercado com o seu empreendimento é resultado de uma combinação entre fatores como, por exemplo, a criatividade e capacidade superior de realização que podem diversificar de acordo com a realidade de cada negócio e características do proprietário.

Em suma, Fillion (2008) acredita que o sucesso de um empreendimento, principalmente considerando as características das MPEs, é resultante do perfil do próprio empreendedor, pois elas são fundamentais para o alcance do sucesso. Baseado no perfil do empreendedor, os fatores de sucesso são: a motivação para realizar o que deseja; ser persistente na busca pelo alcance dos objetivos; ser criativo, por implicar em liberdade para ter ações independentes; ser autoconfiante; ser seguro daquilo que deseja realizar; possuir capacidade para assumir grandes e pequenos riscos; dentre outros.

Para Geus (1999), o sucesso de um empreendimento é resultado da combinação da

sensibilidade ao meio ambiente; coesão e identidade; tolerância a seu corolário e conservadorismo financeiro. São estes os fatores que leva as MPEs à longevidade:

- a) ter sensibilidade ao meio ambiente: isso significa a capacidade que a MPE possui em aprender a se adequar ao ambiente em que está inserida;
- b) coesão e identidade: refere-se aos elementos sobre a capacidade nata da empresa e empreendedor em formar uma comunidade e uma identidade própria (GEUS, 1999);
- c) tolerância a seu corolário. A MPE precisa possuir a capacidade de constituir relacionamentos duradouros e construtivos com as demais empresas, dentro e fora de si (GEUS, 1999);
- d) conservadorismo financeiro: este fator é a capacidade que a MPE apresenta de ter efetividade de governar a si, o negócio e a evolução no mercado (GEUS, 1999).

Na visão de Boog (1991), os fatores condicionantes do sucesso da MPE podem ser descritos por meio de três dimensões distintas que são financeiros, de marketing e de operação. No primeiro caso, os resultados financeiros surgem como lucro, retorno e crescimento do patrimônio líquido da empresa. Quanto ao marketing, seus resultados são mensurados conforme o que é determinado pelo mercado, quantidade de vendas, clientes fidelizados, atendimento regional, imagem da empresa dos produtos e serviços oferecidos e, inclusive, pela assistência pós-venda. No caso da operação, os resultados são alcançados pelo número de produção, métodos e processos, comercialização, produtividade, qualidade do produto, estoque de máquinas e instalações.

Ao tratar dos fatores condicionantes do sucesso da MPE, Coelho (2002) afirma que estes estão relacionados diretamente ao empreendedor, esperando que o mesmo:

- a) tenha bom conhecimento do mercado em que atua;
- b) seja um bom administrador;
- c) saiba aproveitar as oportunidades de mercado;
- d) saiba utilizar adequadamente capital próprio;
- e) tenha capacidade de assumir riscos;

- f) seja perseverante e persistente;
- g) tenha uma boa estratégia de vendas definida;
- h) seja criativo.

Nota-se, diante do exposto pelos autores, que, o sucesso do negócio da MPE depende de fatores condicionados ao empreendimento e também ao empreendedor. Assim sendo, pode-se, portanto, afirmar que, dentre outros, tais condicionantes são bom conhecimento do mercado; planejamento, criatividade; estratégia; e capacidade de conduzir mudanças. Contudo, é importante enfatizar que os ambientes, interno e externo também são determinantes para o sucesso ou fracasso da MPE no Brasil.

Ao considerar os fatores internos como condicionantes para o sucesso das MPEs, Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) salientam que este será determinado por elementos como a definição do negócio, visão e missão e a filosofia adotada pela empresa. Além disso, também devem ser considerados os líderes e a equipe de funcionários. Para os autores, é primordial que o pessoal envolvido na empresa avalie de forma detalhada e cuidadosa os fatores internos do ambiente organizacional, os quais envolvem os pontos fortes e fracos; a estrutura; os fluxos de informações; a gestão financeira; o planejamento; as práticas funcionais; as vendas; o marketing; o controle da gestão e a organização.

Além disso, é importante também que o empreendedor e o empreendimento tenham qualidades. No caso do primeiro, para atuar no novo negócio, deve-se considerar os elementos fundamentais para o sucesso. Dentre tais elementos fundamentais que são essenciais para o sucesso do negócio está a motivação que auxiliará na busca dos objetivos desejados. Para tanto, é importante, ter claro aonde se quer chegar.

Além do exposto, inclui-se ainda como qualidade fundamental ao empreendedor a criatividade, pois, por meio desta, ele poderá atuar de modo a criar novas estratégias e possuir capacidade para delegar tarefas e decisões. Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) citam, dentre outros, possuir capacidade para delegar tarefas e decisões; a capacidade de assumir riscos; capacidade prospectiva para detectar tendências futuras; a autoconfiança; espírito de liderança para conduzir e orientar equipes.

No que se refere à qualidades essenciais ao empreendimento para o sucesso do negócio, os autores apontam a área mercadológica; técnico-operacional; financeira; e jurídico-organizacional.

Contudo, é importante enfatizar que as características apresentadas não devem obrigatoriamente constar em todos os empreendedores, pois são apenas indicadores. Grapeggia, *et al.* (2011) afirmam que não se pode prender-se às peculiaridades do empresário, pois ainda há fatores internos do próprio empreendimento que podem ser determinantes para o sucesso da empresa.

Para melhor visualização, considerando os fatores internos que influenciam no sucesso do empreendimento, pode-se demonstrar, conforme Quadro 4 que segue:

QUADRO 4
Fatores mais importantes para o sucesso de uma MPE

| Fatores de sucesso influenciado pelo ambiente interno | Empresas | |
|---|----------|--------|
| | Extintas | Ativas |
| Bom conhecimento do mercado onde atua | 49% | 55% |
| Boa estratégia de vendas | 48% | 46% |
| Criatividade do empresário | 31% | 45% |
| Ter um bom administrador | 31% | 27% |
| Aproveitamento das oportunidades de negócios | 29% | 43% |
| Uso de capital próprio | 29% | 29% |
| Empresário com persistência/perseverança | 28% | 36% |
| Capacidade de liderança do empresário | 25% | 28% |
| Reinvestimento dos lucros na empresa | 23% | 33% |
| Acesso a novas tecnologias | 17% | 23% |
| Capacidade do empresário para assumir riscos | 15% | 22% |
| Terceirização das atividades meio da empresa | 5% | 6% |

Fonte: Grapeggia, *et al.*, 2011.

Segundo Lezana e Tonelli (2004), os fatores internos de uma organização envolvem elementos que interferem de forma direta em um bom e adequado funcionamento, podendo ser alterados a qualquer momento pelos gestores. Tais fatores foram selecionados pelos autores com base em subsistemas empresariais que são a produção; a gestão; os colaboradores; as finanças; e comercial.

Os autores sinalizam que, sobre o primeiro subsistema apontado, ou seja, a produção destaca-se a importância que o empreendedor deve dispensar às novas tecnologias, à qualidade, aos sistemas de produção, aos fornecedores, à

engenharia, ao projeto de produtos e processos. Deve-se ainda qualificar a mão de obra e determinar melhores sistemas de seleção, recrutamento e remuneração, além de promover a ligação direta entre sistemas de formação internos às pessoas.

Sobre o segundo subsistema apresentado, a gestão, Lezana e Tonelli (2004) apontam que administrar um novo negócio envolve habilidades que os empreendedores precisam possuir para saber as mais adequadas formas de organização, gestão, planejamento e controles.

No que diz respeito ao subsistema colaboradores, Lezana e Tonelli (2004) explicam que o empreendedor pode passar por algumas dificuldades para compor ou manter adequadamente sua equipe administrativa. Tais dificuldades, em determinados casos, se devem à falta de qualificação de pessoal disponível no mercado, falta de dinheiro na empresa para conseguir pagar um alto salário aos profissionais que já possuem experiência; para gerenciar pessoas; e manter uma comunicação constante entre eles.

Quanto às finanças, Lezana e Tonelli (2004) observam que este subsistema refere-se aos fatores relacionados à origem dos recursos, sistemas administrativos e controles financeiros. E, por fim, sobre o último subsistema, que é o comercial, os autores enfatizam que se trata dos modos e métodos de comercialização que a empresa adota, tais como a determinação dos preços dos produtos e serviços, dos estudos de mercado, da distribuição, da assistência técnica, dentre outros, conforme o segmento de cada empresa.

A respeito do ambiente externo como fator condicionante para o sucesso das MPes, Lezana e Tonelli (2004) enfatizam a importância de o empreendedor analisar o macro entorno do negócio, compostos pelos aspectos sociais, econômicos, tecnológicos, políticos, culturais e legais. Além disso, deve-se ainda considerar todo o entorno da empresa, pois será este conjunto que irá influenciar sobre o comportamento do empreendedor e do empreendedorismo, o qual, constitui-se por clientes, concorrente e fornecedores. Os autores destacam que o ambiente externo irá avaliar as ameaças e oportunidades do negócio.

Quando se trata de ambiente externo, certos fatores poderão ou não contribuir para o sucesso do empreendimento, pois envolvem ações que auxiliam na decisão do empreendedor. Ansoff (1989) afirma que existem dois fatores que são considerados como fundamentais para o sucesso ou fracasso da MPE que são um ambiente econômico melhor e uma maior qualidade empresarial. No que se refere ao ambiente econômico, este é variável, podendo ter diminuição e controle da inflação, a redução gradativa das taxas de juros, o crescimento de disponibilidade de crédito para pessoas físicas e aumento cada vez maior do consumo. O autor ainda enfatiza sobre as oportunidades de produtos e mercados disponíveis que são essenciais para as oportunidades e as ameaças do empreendimento.

Para Shane, Locke e Collins (2003), decidir abrir um empreendimento não basta apenas que se tenha resultado de uma ação humana, pois vários fatores externos ao ambiente organizacional podem afetar diretamente nos resultados do negócio e, consecutivamente, influenciar no ambiente interno, o qual determinará a sobrevivência ou não da empresa no mercado.

Os autores consideram como fatores externos os políticos; forças de mercado e recursos. Contudo, deve-se também levar em consideração a tecnologia, o sistema financeiro da organização, os sindicatos de trabalhadores, os consumidores e fornecedores, pois são fatores que o gestor não possui controle.

Há ainda a posição de Batista (2003) que, sob outro ponto de vista, considera como parte do ambiente externo da organização as cinco forças de Porter, conhecidas como análise da competitividade empresarial. Essas cinco forças são os fornecedores, clientes, entrantes, concorrentes e substitutos. Para o autor, a ameaça do ambiente dado pelos clientes e fornecedores são os produtos, a disponibilidade de substitutos, os custos atrativos, a integração mercadológica, a qualidade dos produtos e serviços e por fim, a lucratividade.

Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) explicam que as MPEs possuem, como característica própria, o curto tempo de vida. Em uma pesquisa realizada entre os anos 2000 e 2002, o SEBRAE demonstrou que metade delas encerra suas atividades com menos de dois anos de abertura e, como principais fatores, são

citadas a falta de capital de giro; impostos altos; falta de clientes e concorrência.

Os autores destacam que, foi analisando estes fatores que o governo federal criou o Simples e o Super Simples. Desta forma, pretende-se a unificação e redução de impostos, pois, as empresas que fecham as portas acabam fazendo isso sem a devida legalidade por considerarem os custos elevados. Segundo Valei, Wilkinson e Amâncio (2008) existem ainda as MPEs que não encerram suas atividades seguindo padrões legais devido à grande burocracia.

Nesse sentido, a Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas surgiu para facilitar e desburocratizar grande parte do processo e, consecutivamente, tentado incentivar as MPEs na manutenção de seus negócios, auxiliando na participação de licitações públicas, na conquista de linhas de créditos, dentre outros.

Sobre a morte precoce das MPEs, Petter (2005) afirma que, normalmente, aquelas que encerram suas atividades apresentam características predominantes, tais como terem menos de dois sócios; menos de quatro funcionários; serem do setor do comércio, serviços ou indústria; que pegaram empréstimos financeiros para iniciarem o negócio.

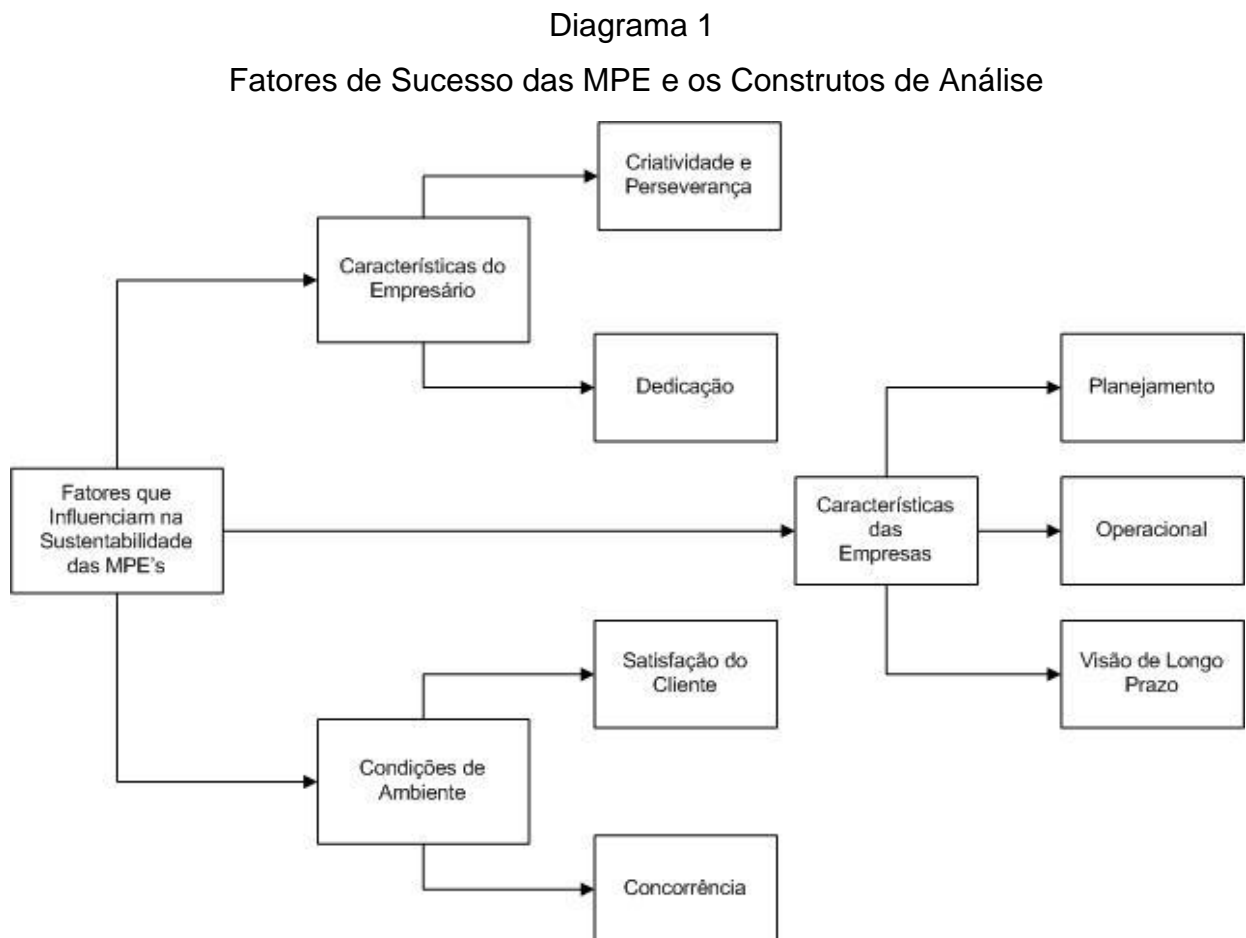
Entretanto, o autor afirma que, dentre tais peculiaridades, a que tem maior peso para o fechamento da MPE é o financiamento, uma vez que a falta de capital foi e ainda tem sido um grande agravo desse segmento.

No entanto, Petter (2005) aponta que, os principais fatores que levam as MPEs à mortalidade são: falta de capital de giro (25%); falta de clientes e de mercado (19%); má gestão (11%); conflitos entre os sócios (9%); problemas pessoais dos empresários (11%); problemas legais (7%) e, (6%), problemas com a grande concorrência.

2.4 O Modelo de Análise

Das dimensões anteriores, emergem como fatores importantes para o sucesso das atividades empresariais: as características do empresário; as características da empresa e as condições do ambiente interno e externo, conforme apresentado no

diagrama abaixo:



Fonte: Elaborado a partir de estudos citados neste capítulo.

Para retratar estes fatores foram selecionados os seguintes construtos:

- Dedicação e caráter inovador: dedicação da empresa, liderança, criatividade e produtividade;
- Criatividade e perseverança: convicções, flexibilidade, rede de contato;
- Planejamento: plano de negócios, estatísticas de marketing e vendas;
- Operacional: metas, custos, gestão de pessoas, controle financeiro;
- Satisfação do Cliente: clientes, ações direcionadas para os clientes, informações;
- Concorrência: Concorrentes, pontos fortes e fraquezas dos concorrentes;
- Visão a longo prazo: lucro, treinamentos, consultoria.

Para identificar se as micro e pequenas empresas de Pará de Minas adotam práticas que podem garantir o sucesso do negócio, será empregada uma pesquisa quantitativa mediante o uso de metodologia de análise fatorial. A descrição da

metodologia, a seleção de amostra e breve caracterização da região são apresentadas no capítulo a seguir.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização da pesquisa

Tendo por base as características do problema, optou-se pelo método de análise fatorial com estratégia em pesquisa quantitativa baseada no levantamento primário de dados mediante a aplicação de questionários. O público alvo será constituído dos empresários de micro e pequenas empresas da cidade de Pará de Minas, visando identificar os principais fatores que influenciam na sustentabilidade das MPEs. O questionário contém três dimensões: características do empresário, características da empresa, condições do ambiente.

Conforme salientam Tabachnick e Fidell (2001), a análise fatorial é um método de pesquisa adotado por ter como finalidade principal explicar em termos de um número limitado de variáveis não-observáveis a correlação existente entre um conjunto de variáveis. As variáveis não-observáveis são calculadas pela análise fatorial por meio da combinação linear das variáveis originais. Geralmente, uma quantidade reduzida de fatores pode ser utilizada, substituindo as variáveis originais, nas análises de regressões, dentre outros. Esses fatores são extraídos na ordem do mais para o menos explicativo, sendo, normalmente, igual a quantidade de variáveis. Contudo, poucos fatores se tornam os responsáveis pela maioria da explicação total.

Os autores explicam que a análise fatorial apresenta como objetivo, tentar descrever a estrutura de covariâncias entre as variáveis em termos numéricos. Trata-se de um estudo dos inter-relacionamentos que podem existir entre as variáveis.

Segundo Tabachnick e Fidell (2001), a análise fatorial é, portanto, uma técnica estatística adotada para representar um processo aleatório multi-variado através do desenvolvimento de outras variáveis, surgidas das variáveis originais. Para os autores, esta não é somente uma técnica unicamente estatística, mas também, um método de técnicas relacionadas para simplificar a interpretação dos dados observados.

A opção pela pesquisa quantitativa se deve ao fato de a dissertação versar sobre os

principais fatores determinantes das atividades na sustentabilidade das MPEs na cidade de Pará de Minas. Em relação a esta abordagem, Hair Jr. *et al* (2005), enfatizam que é um tipo de pesquisa que fornecerá informações resumidas sobre várias características, sendo útil para o mapeamento de tendências.

A pesquisa quantitativa significa transformar opiniões e informações em números para possibilitar a classificação e análise. Exige o uso de recursos e de técnicas estatísticas. Richardson (1989) destaca este aspecto operacional e enfatiza que esta modalidade de pesquisa caracteriza-se pelo emprego da quantificação desde a coleta das informações até a análise final por meio de técnicas estatísticas, independente de sua complexidade.

Oliveira (1997) aponta que o método quantitativo é empregado no desenvolvimento de pesquisas descritivas de âmbito social, econômico, de comunicação, mercadológicas e de administração e representa uma forma de garantir a precisão dos resultados, evitando distorções e, por isso, importante para esta pesquisa.

Quanto à escolha pela amostra intencional, se deu por permitir que o pesquisador fizesse a própria seleção da amostra. De acordo com Gil (2002), a técnica de amostragem intencional é adotada por pesquisadores experientes que preferem selecionar intencionalmente as pessoas que irão fazer parte da amostra, por serem as que melhor representam a população estudada. Contudo, o autor enfatiza que este tipo de amostragem pode não representar de forma adequada à população analisada, pois talvez não sejam usados os métodos aleatórios neste tipo de seleção. Porém, para Gil (2002), a amostra intencional possibilita o investigador a dirigir-se diretamente e intencionalmente a determinada população que deseja levantar opinião.

3.2 Procedimentos metodológicos

Foram objeto de análise, MPEs da cidade de Pará de Minas, sendo selecionadas 118 empresas, número suficiente para os propósitos da análise. A amostra foi intencional, decorrente de disponibilidade dos empresários/gerentes para responder o questionário. Como critério de seleção as MPEs deveriam estar cadastradas na

Associação Empresarial de Pará de Minas – Ascipam.

Para a coleta de dados primários, o instrumento utilizado para a pesquisa quantitativa foi o roteiro de questionário semiestruturado. O roteiro elaborado foi dirigido a uma ou duas pessoas de cada uma das 117 MPEs, conforme definido nas unidades de observação, que responderam as questões nele contidas mediante entrevista pessoal.

As entrevistas foram agendadas previamente para que os participantes do estudo pudessem receber pessoalmente o entrevistador. Elas responderam a um questionário dividido em quatro partes referentes às divisões feitas na apresentação dos resultados deste trabalho, sendo este apresentado no Anexo.

Após a coleta, foi feita uma análise quantitativa dos dados, agrupando-os por correspondência de significados. A transcrição das questões e suas respostas foram agrupadas de acordo com o objetivo proposto para este estudo.

No que diz respeito aos dados quantificados produzidos neste estudo, optou-se pela técnica de análise de conteúdo, que é a expressão mais usada para representar o tratamento dos dados de uma pesquisa quantitativa. No entanto, a expressão além, de significar um procedimento técnico, faz também parte de uma histórica busca teórica e prática no campo das investigações sociais, como afirma Minayo (2006).

A partir da coleta das respostas obtidas com os questionários, seguiu-se com a leitura separada, de modo a verificar quais eram os principais fatores que influenciam na sustentabilidade das MPEs na cidade de Pará de Minas.

Para a análise dos dados, foram criadas categorias para facilitar a compreensão das informações coletadas e, posteriormente, os questionários foram separados e agrupados por tempo de existência de cada empresa. Diante dessa análise, foi possível identificar quais os principais fatores que influenciam na sustentabilidade das MPEs na cidade de Pará de Minas.

Para retratar a relação entre as variáveis especificadas no modelo foi utilizada a

análise fatorial, abrangendo os construtos definidos no modelo adotado. A análise foi aprofundada com os cálculos das correlações entre os subconstrutos e a variável aferidora do grau das características do empresário. Sendo ainda apresentada uma análise de regressão múltipla com identificação das variáveis explicativas mais relevantes e o poder preditivo do modelo.

3.3 Descrição da cidade de Pará de Minas

A pesquisa baseou-se em dados das MPEs de Pará de Minas, município situado no estado de Minas Gerais. Assim sendo, apresenta-se a seguir breve descrição desta localidade.

A história da cidade de Pará de Minas se inicia no final do século XVI. No local, havia diversas bandeiras paulistas em torno de Pitangui para buscar ouro das minas. As bandeiras paulistas deixaram trilhas que se formaram em toda a região e, ao longo dessa trilha, começou a se formar um povoado onde tinha um ponto de pouso, localizado nas margens do ribeirão Paciência, que fazia parte do roteiro dos bandeirantes.

Este local de pouso se tornava aos poucos um povoado e atraiu várias pessoas que decidiram permanecer ali e se dedicar ao cuidado da terra e da criação. Dentre as pessoas que ficaram no povoado, pode-se citar o português Manuel Batista, que fixou residência em uma fazenda, levantando, consecutivamente, uma capela dedicada a N.S.^a da Piedade. No dia 8 de abril de 1746, a capela passou a ser Paróquia, ficando em poder de Pitangui.

No ano de 1758 houve a restauração do Arraial do Patafufu (antiga fazenda de Manuel Batista) passando a receber o nome de Vila do Pará. A instalação da vila aconteceu em 1759, especificamente no dia 20 de setembro, data em que se comemora o aniversário da cidade.

Em 15 de julho de 1772, o Município foi suprimido, sendo incorporado ao território o Termo de Pitangui e foi reestabelecido no dia 23 de dezembro de 1774, oportunidade em que foi criado o Município do Pará. Sua reinstalação aconteceu em

25 de março de 1775. Por meio da Lei provincial nº 2.416, em 5 de novembro de 1777, a Vila do Pará foi elevada à categoria de cidade.

A sua localização privilegiada permite o fornecimento e atendimento a regiões importantes do sistema rodoviário, pois está situada no Colar Metropolitano de Belo Horizonte. Pará de Minas está entre as grandes cidades mineiras, tais como a capital, Divinópolis, Betim, Contagem, Sete Lagoas e também às margens da BR-262. A duplicação desta BR tem servido como corredor de cidades como Uberlândia, Uberaba, Goiânia e Campo Grande para o abastecimento das grandes metrópoles como Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro, o que torna a cidade de Pará de Minas um dos espaços urbanos mais bem privilegiados de Minas, conforme ilustrado abaixo:

Figura 1

Mapa de localização da cidade de Pará de Minas.



Fonte: googlemaps, 2011.

Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, a cidade de Pará de Minas obteve uma gama de comércio, tanto importação quanto exportação, alcançando o valor de US\$ 81,5 milhões só em 2007. A exportação total no referido ano atingiu a importância de US\$ 69,1 milhões, representando relevância na economia mineira.

A cidade em estudo tem como produto principal de exportação o minério de ferro, representando mais de 94% das exportações de Pará de Minas.

O setor econômico de Pará de Minas se destaca no segmento de Produção Agropecuária e Agronegócios, exercendo forte influência na economia local. O setor primário se sobressai pela significativa produção de aves e suínos e pela produção de leite e seus derivados. Além disso, a cidade é a 1ª. do Estado de Minas Gerais na produção de frangos, a 2ª na produção de suínos e a 4ª cidade produtora de hortifrutigranjeiros, com destaque para a produção de tomate, pimentão e abóbora.

Possui um Parque de Exposições classificado como um dos melhores de Minas Gerais e tem uma área total de 108.638,34 m² e é dotado de toda a infraestrutura necessária à realização de grandes exposições agropecuárias e de frangos e suínos, que acontecem anualmente com repercussão nacional.

O setor industrial se destaca pela mineração (agalmatolito), siderurgia (ferro gusa e fundições), indústrias têxteis, laticínios, cerâmicas, dentre outras.

Reflexo do que se passa no país como um todo, na cidade de Pará de Minas, é verificado, conforme segue ilustrado no Quadro 6, que as MPEs têm vida ativa curta com grande parte delas fechadas. Considerando os últimos cinco anos, nota-se que apenas em 2010, das 132 empresas abertas, 96 delas fecharam as portas. E dos demais anos, de proporção semelhante.

Quadro 5

RELAÇÃO DE ABERTURA E FECHAMENTO DE MICROEMPRESAS NA CIDADE DE PARÁ DE MINAS

| Ano | Abertura | Fechamento |
|------|----------|------------|
| 2008 | 159 | 76 |
| 2009 | 166 | 74 |
| 2010 | 132 | 96 |
| 2011 | 115 | 62 |
| 2012 | 53 | 36 |

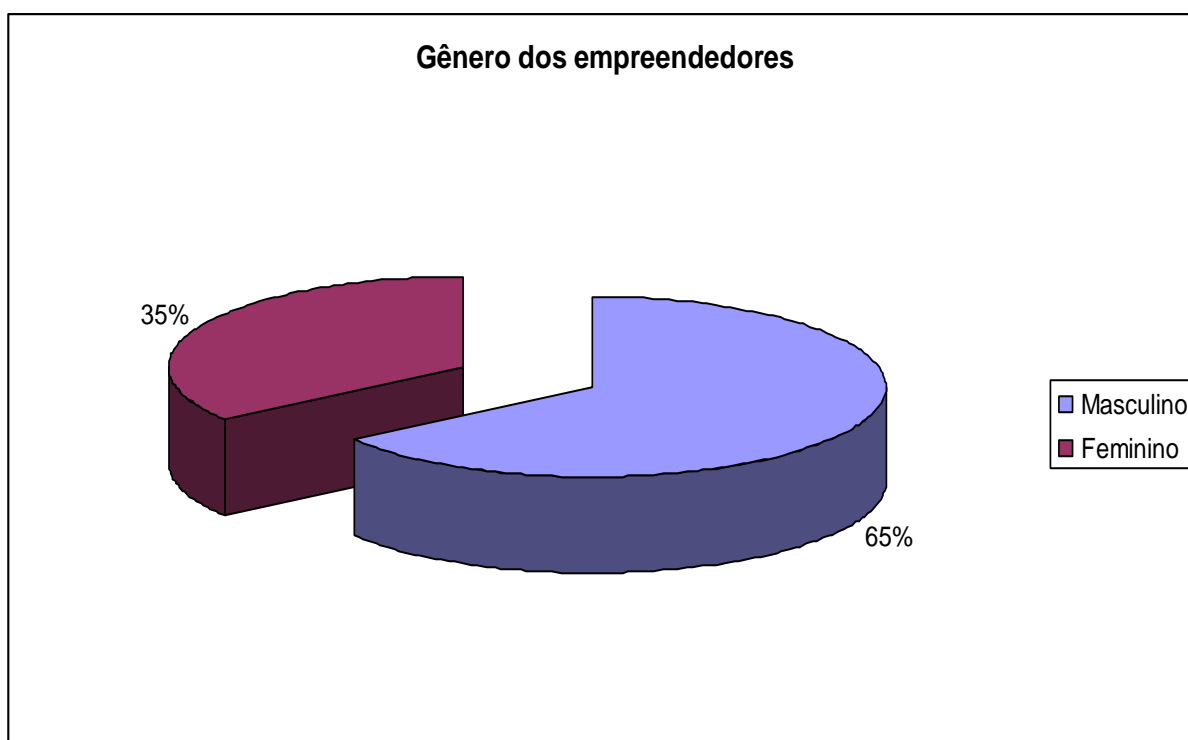
Fonte: Associação Empresarial de Pará de Minas

Ao se analisar os dados levantados na Associação Empresarial de Pará de Minas, são evidentes que as poucas empresas que permaneceram em atividade no mercado possuem ou adotam estratégias para mantê-las competitivas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

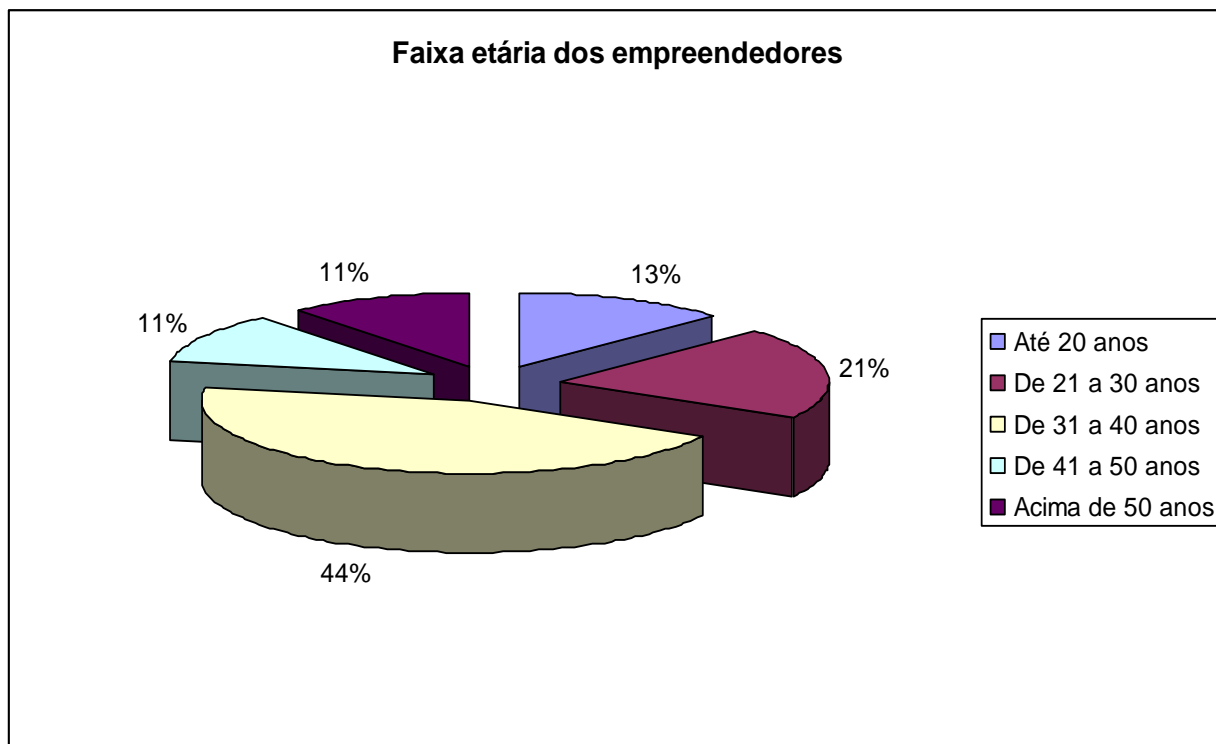
4.1 Caracterização dos empreendedores

Após a aplicação dos questionários, as respostas foram compiladas, tabuladas e analisadas a partir das informações disponibilizadas pelos participantes. Os entrevistados na pesquisa de campo foram compostos por 118 empreendedores de MPE da cidade de Pará de Minas. A maioria dos entrevistados era do sexo masculino, constituindo-se 65%, e 35% do sexo feminino, conforme apresentado no Gráfico 1.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

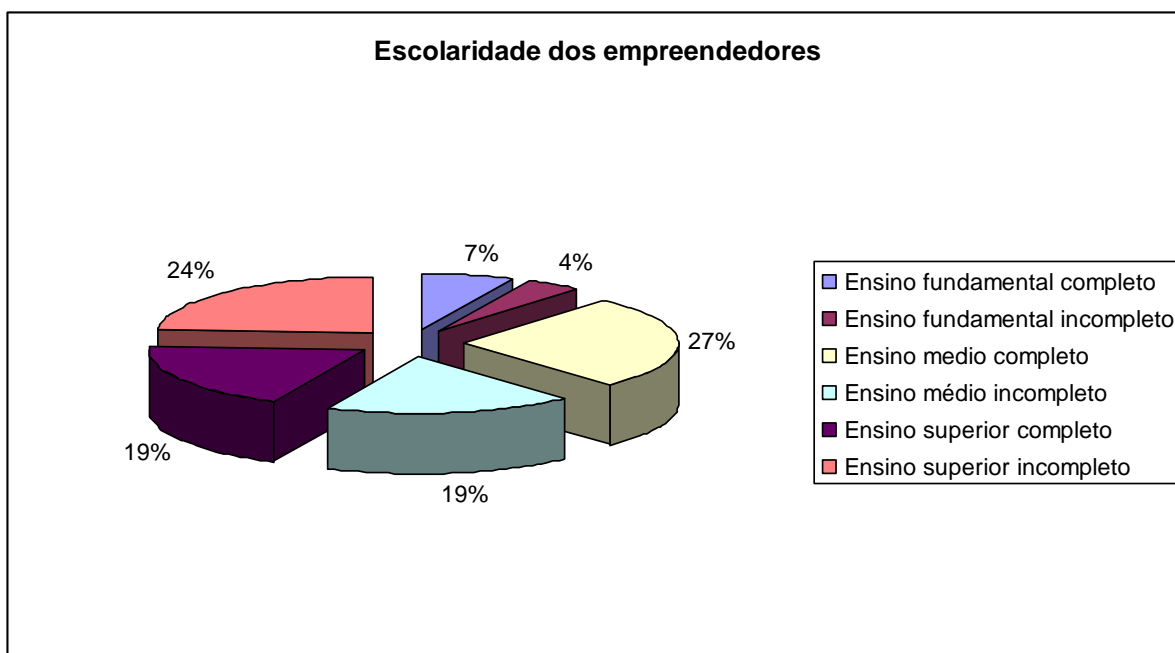
Quanto à faixa etária observada da amostra, pode-se evidenciar com base nos dados coletados, que a idade entre 31 e 40 anos prevaleceu, como pode ser verificado no Gráfico 2



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

De acordo com o observado no Gráfico 2, constata-se que a idade dos empreendedores de MPE na cidade de Pará de Minas apresenta grande variação entre 20 e 50 anos. Tem-se, segundo dados levantados em campo, 13% com até 20 anos; 21% entre 21 e 30 anos; 44% na faixa etária entre 31 e 40 anos; 11% entre 41 e 50 anos e 11% com mais de 50 anos de idade. Assim 55% dos empreendedores podem ser caracterizados como jovens empresários, com idade que varia de 20 a 40 anos.

No que se refere à escolaridade dos empreendedores, esta também apresentou diversidade, desde o ensino fundamental incompleto até o ensino superior completo, conforme segue apresentado no Gráfico 3.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Os dados coletados evidenciam que 7% dos empreendedores que fizeram parte da amostra têm ensino fundamental completo e 4% incompleto; 27% com ensino médio completo e 19% incompleto; 19% possuem ensino superior completo e 24% incompleto. Nota-se que a maioria é representada por 27% com ensino médio completo.

4.2 Análise descritiva

Antes de analisar os dados e apresentar os principais resultados, são descritas no quadro 6 as três dimensões (características do empresário, características das empresas e condições do ambiente) e as variáveis pesquisadas. Este procedimento visa facilitar a leitura e a demonstração de resultados.

QUADRO 6

Variáveis construtos e bloco

(continua)

| | | | |
|-------------------------------|------------------------------|------|--|
| CARACTERÍSTICAS DO EMPRESÁRIO | Dedicação e caráter inovador | DCI1 | 1. Eu dedico 8 horas ou mais de trabalho na empresa, diariamente. |
| | | DCI2 | 2. Eu realizo outras atividades profissionais fora da empresa. |
| | | DCI3 | 3. Minha empresa sempre está a frente da concorrência no oferecimento de novos produtos ou serviços. |
| | | DCI4 | 4. Eu estou sempre atento às oportunidades e pretendo expandir os negócios. |

| | | | | |
|-----------------------|------------------------------|---|--|--|
| | | DCI5 | 5. Eu exerço liderança entre os empresários do mesmo setor da cidade. (continua) | |
| | | DCI6 | 6. Eu não tenho receio em assumir riscos nos negócios. | |
| | | DCI7 | 7. Eu estou sempre procurando/introduzindo novos produtos ou serviços. | |
| | | Criatividade e Perseverança | CP1 | 1. Eu atuo sempre de acordo com minhas convicções sobre negócios e na empresa. |
| | | | CP2 | 2. Minha empresa atua sempre na mesma forma, pois não vejo motivos para mudanças. |
| | | | CP3 | 3. Eu abandonaria o negócio se os resultados forem negativos durante um determinado período. |
| | | | CP4 | 4. Eu mantenho uma ótima rede de contatos. |
| | CP5 | 5. Eu sempre avalio se a empresa está no caminho certo para alcançar os resultados. | | |
| | CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS | Planejamento | PL1 | 1. Antes de iniciar as atividades eu possuía um plano de negócios para a empresa. |
| | | | PL2 | 2. Minha empresa possui uma estratégia de marketing/vendas. |
| PL3 | | | 3. Minha empresa tem metas de vendas, lucros que devem ser atingidos todo o ano. | |
| PL4 | | | 4. Minha empresa possui fluxo de caixa, que é usado para planejar as necessidades financeiras da empresa. | |
| PL5 | | | 5. Minha empresa tem acesso fácil a empréstimos bancários. | |
| Operacional | | OP1 | 1. Eu controlo a evolução dos negócios e verifico mensalmente se as metas estão sendo cumpridas; | |
| | | OP2 | 2. A gestão financeira da empresa é baseada em planilhas de custos e receitas. | |
| | | OP3 | 3. A empresa proporciona cursos e atividades treinamento externo para os funcionários. | |
| | | OP4 | 4. A rotatividade (entrada e saída) de funcionários da empresa é alta. | |
| | | OP5 | 5. Há definição clara das atividades que cada funcionário deve realizar. | |
| | | OP6 | 6. A empresa não tem dificuldades de capital de giro, necessário às atividades. | |
| | | OP7 | 7. A empresa prefere comprar os produtos a prazo de seus fornecedores do que buscar empréstimos bancários. | |
| CONDIÇÕES DO AMBIENTE | | A satisfação do Cliente | SC1 | 1. Informações sobre necessidades e solicitações dos clientes são anotadas regularmente. |
| | SC2 | | 2. A empresa está direcionada para satisfazer os clientes e ações são realizadas para esta finalidade. | |
| | SC3 | | 3. As opiniões dos clientes não alteram a forma como a empresa conduz os negócios. | |
| | Concorrência | CC1 | 1. Informações sobre os concorrentes são importantes e analisadas regularmente. | |
| | | CC2 | 2. A empresa conhece os pontos fortes e as fraquezas dos concorrentes. | |
| | | CC3 | 3. A empresa responde com rapidez às ações dos concorrentes. | |
| | Visão de longo Prazo | VLP1 | 1. O lucro é importante, mas sempre procuramos investir mais para aumentar a participação da empresa no mercado. | |
| | | VLP2 | 2. A empresa recorre ao SEBRAE ou consultores na gestão empresarial. | |

| | | | |
|--------------------------|--|------|--|
| | | VLP3 | 3. O proprietário acompanha o noticiário (jornais, rádios e TV) sobre a economia, diariamente. (conclusão) |
| | | VLP4 | 4. Eu participo regularmente de programas de treinamento. |
| Capacidade empreendedora | | EMP | |

Fonte: Questionário da pesquisa

Na análise dos dados deve-se considerar que todos os indicadores apontem para uma mesma direção na escala utilizada, ou seja, como no caso desta pesquisa, todos os indicadores devem apontar para uma direção crescente na escala utilizada, onde 6 indicaria o maior grau de contribuição para as características do empresário e 1 o menor grau. Sendo assim, optou-se por considerar como questões reversas os indicadores apontados no Quadro 7 abaixo, que tiveram seus valores invertidos com base na escala de 6 pontos utilizada.

QUADRO 7 Variáveis reversas

| | |
|------|--|
| DCI2 | 2. Eu realizo outras atividades profissionais fora da empresa. |
| CP2 | 2. Minha empresa atua sempre na mesma forma, pois não vejo motivos para mudanças. |
| CP3 | 3. Eu abandonaria o negócio se os resultados forem negativos durante um determinado período. |
| OP4 | 4. A rotatividade (entrada e saída) de funcionários da empresa é alta. |
| SC3 | 3. As opiniões dos clientes não alteram a forma como a empresa conduz os negócios. |

Fonte: Questionário da pesquisa

Conforme sugerem diversos autores (Tabachnick e Fidel, 2001 e Hair *et al.*, 1998), o processo de purificação e limpeza dos dados é uma etapa que deve proceder a análise de qualquer tipo de teoria ou modelo. Neste estudo considerou-se a análise agregada, isto é, a análise de todo o banco de dados como proveniente de uma única população.

A primeira etapa da análise de dados consistiu em verificar estatísticas descritivas da escala, por meio do cálculo da média e do desvio padrão amostral dos indicadores observáveis. As variáveis, de uma maneira geral, apresentam médias elevadas devido ao método de construção do questionário adotado.

Antes da análise dos dados da pesquisa, procedeu-se à verificação da extensão dos

dados perdidos, o que, conforme Hair *et al.* (2005), pode comprometer a generalização dos resultados de uma pesquisa. Na análise dos dados não foram identificados casos com dados ausentes.

Tabela 1
Análise dos Dados Ausentes

| Indicador | N | Média | Desvio Padrão | Dados Ausentes | | No. de Extremos | |
|-----------|----|--------|---------------|----------------|----|-----------------|-------|
| | | | | N | % | Baixos | Altos |
| DCI1 | 97 | 5,3918 | ,74382 | 0 | ,0 | 2 | 0 |
| DCI2 | 97 | 2,6804 | 1,96079 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| DCI3 | 97 | 4,6495 | 1,34661 | 0 | ,0 | 5 | 0 |
| DCI4 | 97 | 5,3196 | 1,15060 | 0 | ,0 | 6 | 0 |
| DCI5 | 97 | 3,6082 | 1,53132 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| DCI6 | 97 | 4,4742 | 1,53496 | 0 | ,0 | 9 | 0 |
| DCI7 | 97 | 4,9691 | 1,30267 | 0 | ,0 | 3 | 0 |
| CP1 | 97 | 5,1546 | 1,19321 | 0 | ,0 | 13 | 0 |
| CP2 | 97 | 2,0515 | 1,63536 | 0 | ,0 | 0 | 17 |
| CP3 | 97 | 2,7526 | 1,94739 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| CP4 | 97 | 4,5979 | 1,32019 | 0 | ,0 | 4 | 0 |
| CP5 | 97 | 5,0825 | 1,33596 | 0 | ,0 | 8 | 0 |
| PL1 | 97 | 3,5670 | 1,76722 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| PL2 | 97 | 3,8247 | 1,65838 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| PL3 | 97 | 4,5464 | 1,56139 | 0 | ,0 | 6 | 0 |
| PL4 | 97 | 4,8660 | 1,62422 | 0 | ,0 | 17 | 0 |
| PL5 | 97 | 4,8351 | 1,71197 | 0 | ,0 | 9 | 0 |
| OP1 | 97 | 5,0309 | 1,39533 | 0 | ,0 | 11 | 0 |
| OP2 | 97 | 4,3196 | 1,57153 | 0 | ,0 | 10 | 0 |
| OP3 | 97 | 3,1753 | 1,99484 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| OP4 | 97 | 3,2577 | 1,99101 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| OP5 | 97 | 4,4639 | 1,58812 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| OP6 | 97 | 4,0928 | 1,60132 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| OP7 | 97 | 4,5361 | 1,70209 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| SC1 | 97 | 4,6701 | 1,26427 | 0 | ,0 | 2 | 0 |
| SC2 | 97 | 5,4330 | ,84048 | 0 | ,0 | 4 | 0 |
| SC3 | 97 | 2,1959 | 1,55214 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| CC1 | 97 | 3,7423 | 1,56311 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| CC2 | 97 | 4,1340 | 1,53859 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| CC3 | 97 | 4,2371 | 1,58622 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| VLP1 | 97 | 5,0412 | 1,21550 | 0 | ,0 | 3 | 0 |
| VLP2 | 97 | 2,5773 | 1,83618 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| VLP3 | 97 | 4,4330 | 1,70115 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| VLP4 | 97 | 3,4021 | 1,84085 | 0 | ,0 | 0 | 0 |
| EMP | 97 | 5,4639 | ,67795 | 0 | ,0 | 0 | 0 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Para a identificação de *outliers*, empregou-se o critério do número de desvios em relação à média, conforme sugerem Hair *et al.* (2005). Na Tabela 1 identificam-se *outliers* univariados pelo critério de três desvios padrão em relação à média ($|Z| > 3$). Pode-se observar que alguns indicadores apresentam alguns *outliers*. Este comportamento é típico das escalas utilizadas e do comportamento dos respondentes, de tal forma que optou-se por aprofundar a análise procurando verificar a existência ou não de *outliers* multivariados.

Estes foram identificados por meio da distância de Mahalanobis (D^2), conforme sugerem Tabachnick e Fidel (2001). Quando existe a normalidade multivariada dos dados, a distância de Mahalanobis se distribui como uma estatística qui-quadrado com k graus de liberdade, em que k é o número de variáveis analisadas (MINGOTI, 2005). Com base neste critério, foi encontrada somente uma observação com probabilidade inferior a 0,1%, sendo então a amostra reduzida para 117 casos.

Tabela 2
Distância Mahalanobis

| Caso | Distância Mahalanobis |
|------|-----------------------|
| 61 | 0,00013 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

4.3 Análise da normalidade e da linearidade

A análise da Tabela 3 com os indicadores do teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov aponta para a ausência de normalidade da maioria dos indicadores trabalhados nesta pesquisa.

Tabela 3
Teste Kolmogorov-Smirnov (continua)

| INDICADOR | N | Estatística | Sig. (bi-caudal) |
|-----------|-----|-------------|------------------|
| DCI1 | 117 | 3,142 | ,000 |
| DCI2 | 117 | 2,946 | ,000 |
| DCI3 | 117 | 2,382 | ,000 |

| | | | |
|------|-----|-------|------|
| DCI4 | 117 | 3,159 | ,000 |
| DCI5 | 117 | 1,561 | ,015 |
| DCI6 | 117 | 2,792 | ,000 |
| DCI7 | 117 | 2,479 | ,000 |
| CP1 | 117 | 3,126 | ,000 |
| CP2 | 117 | 3,124 | ,000 |
| CP3 | 117 | 2,553 | ,000 |
| CP4 | 117 | 1,838 | ,002 |
| CP5 | 117 | 2,653 | ,000 |
| PL1 | 117 | 1,412 | ,037 |
| PL2 | 117 | 1,502 | ,022 |
| PL3 | 117 | 2,192 | ,000 |
| PL4 | 117 | 2,811 | ,000 |
| PL5 | 117 | 3,445 | ,000 |
| OP1 | 117 | 2,705 | ,000 |
| OP2 | 117 | 2,100 | ,000 |
| OP3 | 117 | 2,298 | ,000 |
| OP4 | 117 | 2,289 | ,000 |
| OP5 | 117 | 2,266 | ,000 |
| OP6 | 117 | 1,960 | ,001 |
| OP7 | 117 | 2,632 | ,000 |
| SC1 | 117 | 2,181 | ,000 |
| SC2 | 117 | 3,427 | ,000 |
| SC3 | 117 | 3,108 | ,000 |
| CC1 | 117 | 1,711 | ,006 |
| CC2 | 117 | 1,542 | ,017 |
| CC3 | 117 | 2,073 | ,000 |
| VLP1 | 117 | 2,552 | ,000 |
| VLP2 | 117 | 2,850 | ,000 |
| VLP3 | 117 | 2,405 | ,000 |
| VLP4 | 117 | 1,796 | ,003 |
| EMP | 117 | 3,471 | ,000 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

O resultado já é suficiente para evidenciar a violação da normalidade multivariada, já que a distribuição normal de todas as variáveis em um bloco é um requisito para a existência da normalidade multivariada de todas as combinações lineares destas variáveis (TABACHNICK e FIDEL, 2001). Deve-se registrar que este resultado não difere do encontrado na maioria das pesquisas, que usa semelhante escala Likert e número limitado de observações.

4.4 Análise da unidimensionalidade

A validação do instrumento de pesquisa considera como fundamental a avaliação das escalas utilizadas. A verificação da unidimensionalidade dos construtos considera a homogeneidade dos itens componentes, ou seja, a quantidade de fatores ou dimensões subjacentes a uma matriz de correlações. Esse pressuposto é essencial para o cálculo de estatísticas como Alfa de Cronbach (NETEMEYER *et al.*, 2003).

A verificação da homogeneidade é usualmente feita por meio da análise fatorial exploratória (AFE) com extração de fatores por componentes principais com rotação ortogonal (*varimax*) (GERBING e ANDERSON, 1988; DUNN, SEAKER e WALLER, 1994). Os padrões sugeridos apontam que o número de fatores extraídos com autovalores maiores que 1 (critério de Kaiser) corresponde ao número de dimensões latentes de um conjunto de dados.

Existem três critérios para avaliar a qualidade da solução fatorial:

- a) A variância extraída na solução fatorial deve ser superior a pelo menos 50% (HAIR *et al.*, 2005);
- b) A medida KMO da solução deve ser no mínimo de 0,7; e
- c) As comunalidades (h^2) devem ter o patamar de 40% (DUNN, SEAKER e WALLER, 1994).

Segundo Hair *et al.* (2005), a análise fatorial concentra-se na exploração dos padrões de relações entre algumas variáveis. Quando apresentam elevadas cargas sobre um fator, elas se tornam descritoras da dimensão inerente. Somente com o exame das cargas das variáveis sobre os fatores é que o pesquisador identifica o caráter da dimensão inerente.

O construto dedicação e caráter inovador foi formado, inicialmente, por sete indicadores, conforme pode ser visto no anexo 1, mas a unidimensionalidade deste construto não foi confirmada pela análise fatorial, uma vez que seus indicadores apresentaram carga fatorial em três dimensões (TAB. 4).

Tabela 4

Análise de dimensionalidade do construto Dedicção e Caráter Inovador

| Indicadores | Carga Fatorial | | |
|-------------|----------------|---------|------|
| | Fator 1 | Fator 2 | 3 |
| DCI1 | | | ,650 |
| DCI2 | | | ,809 |
| DCI3 | ,859 | | |
| DCI4 | ,774 | | |
| DCI5 | ,557 | | |
| DCI6 | | ,853 | |
| DCI7 | | ,835 | |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
 Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Foi feita novamente a análise fatorial para o construto considerando, desta vez contendo somente os indicadores DCI3, DCI4 e DCI5, dado que os demais indicadores formaram subconstrutos constituídos de apenas dois indicadores. Nestes casos não é necessária a verificação da unidimensionalidade.

Tabela 5

Análise de dimensionalidade do construto Dedicção e Caráter Inovador -
 subconstruto 1

| Indicadores | | Carga Fatorial |
|---------------------|----------|----------------|
| | | 1 |
| DCI3 | | ,840 |
| DCI4 | | ,833 |
| DCI5 | | ,595 |
| Variância Explicada | | 57,791 |
| KMO | | 0,787 |
| Teste de | χ^2 | 45170 |
| Esfericidade | df | 3 |
| de Bartlett | Sig. | 0,000 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
 Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Os critérios recomendados pela literatura especializada foram atendidos para o subconstruto dedicação e caráter inovador 1, como pode ser verificado na Tabela 5. Sendo assim o construto foi dividido em três subconstrutos, o primeiro formado pelos indicadores DCI3, DCI4 e DCI5, o segundo formado pelos indicadores DCI1 e DCI2 e o terceiro formado pelos indicadores DCI6 e DCI7.

O construto criatividade e perseverança constituído por cinco indicadores, também, não teve sua unidimensionalidade confirmada pela análise fatorial, uma vez que seus indicadores apresentaram carga fatorial em duas dimensões. Tabela 6.

Tabela 6

Análise de dimensionalidade do construto Criatividade e Perseverança

| Indicadores | Carga Fatorial | |
|-------------|----------------|---------|
| | Fator 1 | Fator 2 |
| CP1 | ,619 | |
| CP2 | | ,531 |
| CP3 | | ,833 |
| CP4 | ,802 | |
| CP5 | ,852 | |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Novamente foi realizada a análise fatorial para o construto considerando, desta vez, somente os indicadores CP1, CP4 e CP5, uma vez que os demais indicadores formaram subconstrutos constituídos de apenas dois indicadores.

Tabela 7

Análise de dimensionalidade do construto Criatividade e Perseverança -
subconstruto 1

| Indicadores | | Carga Fatorial |
|-----------------------------------|----------|----------------|
| | | 1 |
| CP1 | | ,574 |
| CP4 | | ,833 |
| CP5 | | ,870 |
| Variância Explicada | | 50,342 |
| KMO | | 0,697 |
| Teste de Esfericidade de Bartlett | χ^2 | 52,102 |
| | df | 3 |
| | Sig. | 0 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Como pode ser visto na Tabela 7, o subconstruto 1 criatividade e perseverança atendeu os critérios recomendados. O construto criatividade e perseverança foi formado, então, por dois subconstrutos, o primeiro constituído pelos indicadores CP1, CP4 e CP5 e o segundo formado pelos construtos CP2 e CP3.

O terceiro construto considerado na pesquisa – planejamento – também não

apresentou unidimensionalidade para seus cinco indicadores componentes, formando duas dimensões diferentes (TAB. 8).

Tabela 8
Análise de dimensionalidade do construto Planejamento

| Indicadores | Carga Fatorial | |
|-------------|----------------|---------|
| | Fator 1 | Fator 2 |
| PL1 | | ,819 |
| PL2 | ,689 | |
| PL3 | ,867 | |
| PL4 | ,865 | |
| PL5 | | ,719 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Com uma nova rodada da análise fatorial, com os indicadores PL2, PL3 e PL4, alcançou-se a unidimensionalidade (TAB. 9), ficando o construto formado por dois subconstrutos, o primeiro formado pelos indicadores PL2, PL3 e PL4 e o segundo formado pelos indicadores PL1 e PL5.

Tabela 9
Análise de dimensionalidade do construto Planejamento - subconstruto 1

| Indicadores | | Carga Fatorial |
|-----------------------------------|----------|----------------|
| | | 1 |
| PL2 | | ,660 |
| PL3 | | ,869 |
| PL4 | | ,908 |
| Variância Explicada | | 67,153 |
| KMO | | 0,893 |
| Teste de Esfericidade de Bartlett | χ^2 | 67230 |
| | df | 3 |
| | Sig. | 0 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012

O construto que visa sobre as características operacionais das empresas, formado por sete indicadores, não apresentou unidimensionalidade, sendo apresentado por três dimensões diferentes e com dois indicadores com carga fatorial duplicada, como pode ser visto na Tabela 10.

Tabela 10
Análise de dimensionalidade do construto Operacional

| Indicadores | Carga Fatorial | | |
|-------------|----------------|---------|------|
| | Fator 1 | Fator 2 | 3 |
| OP1 | ,664 | ,485 | |
| OP2 | ,840 | | |
| OP3 | | ,688 | ,446 |
| OP4 | ,647 | | |
| OP5 | ,755 | | |
| OP6 | | ,812 | |
| OP7 | | | ,930 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Extraindo-se os indicadores duplicados e rodando-se novamente a análise fatorial os indicadores foram divididos em dois subconstrutos, um formado pelos indicadores OP2, OP4, OP5 e OP6, conforme demonstrado na Tabela 11 e outro formado pelo indicador OP7.

Tabela 11
Análise de dimensionalidade do construto Operacional

| Indicadores | Carga Fatorial | |
|-------------|----------------|---------|
| | Fator 1 | Fator 2 |
| OP2 | ,818 | |
| OP4 | ,672 | |
| OP5 | ,809 | |
| OP6 | ,678 | |
| OP7 | | ,980 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Os parâmetros do subconstruto 1 foram adequados ao recomendado na literatura, como comprova a Tabela 12.

Tabela 12
Análise de dimensionalidade do construto Operacional - Subconstruto 1

(continua)

| Indicadores | Carga Fatorial |
|-------------|----------------|
| | 1 |
| OP2 | ,813 |
| OP4 | ,676 |
| OP5 | ,807 |
| OP6 | ,407 |

| (conclusão) | | |
|-----------------------------------|----------|-------|
| Variância Explicada | | 58,37 |
| KMO | | 0,748 |
| Teste de Esfericidade de Bartlett | χ^2 | 56496 |
| | df | 6 |
| | Sig. | 0 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Três construtos retratam o ambiente no qual se inserem as empresas, com ênfase na satisfação do cliente, nas perspectivas do negócio em uma visão de longo prazo.

O construto satisfação do cliente, formado por três indicadores apresentou unidimensionalidade e parâmetros adequados aos recomendados na literatura (TAB. 13).

Tabela 13

Análise de dimensionalidade do construto Satisfação do Cliente

| Indicadores | | Carga Fatorial |
|-----------------------------------|----------|----------------|
| | | 1 |
| SC1 | | ,741 |
| SC2 | | ,765 |
| SC3 | | ,659 |
| Variância Explicada | | 54,391 |
| KMO | | 0,737 |
| Teste de Esfericidade de Bartlett | χ^2 | 64500 |
| | df | 3 |
| | Sig. | 0 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

O mesmo ocorreu com o construto concorrência que também apresentou unidimensionalidade e parâmetros adequados conforme Tabela 14.

Tabela 14

Análise de dimensionalidade do construto Concorrência

| Indicadores | | Carga Fatorial |
|---------------------|--|----------------|
| | | 1 |
| CC1 | | ,812 |
| CC2 | | ,899 |
| CC3 | | ,841 |
| Variância Explicada | | 57,791 |

| | | (conclusão) |
|-----------------------------------|----------|-------------|
| KMO | | 0,687 |
| Teste de Esfericidade de Bartlett | χ^2 | 45170 |
| | df | 3 |
| | Sig. | 0 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

O construto visão de longo prazo, na análise fatorial, apresentou o indicador VLP1 com carga fatorial inferior a 0,4, sendo recomendado pela literatura a sua retirada. Uma nova rodada da análise fatorial foi feita e com os indicadores restantes alcançou-se a unidimensionalidade do construto, conforme apresentada na Tabela 15.

Tabela 15

Análise de dimensionalidade do construto Visão de Longo Prazo

| Indicadores | | Carga Fatorial |
|-----------------------------------|----------|----------------|
| | | 1 |
| VLP2 | | ,735 |
| VLP3 | | ,692 |
| VLP4 | | ,836 |
| Variância Explicada | | 68,473 |
| KMO | | 0,887 |
| Teste de Esfericidade de Bartlett | χ^2 | 55170 |
| | df | 3 |
| | Sig. | 0 |

Método de Extração: Análise do Componente Principal
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Após a análise da unidimensionalidade dos construtos e subsonstrutos deve-se proceder com a análise da confiabilidade das escalas, o que será demonstrado no próximo item.

4.5 Confiabilidade das escalas

Os desafios para a construção de uma boa escala começam com sua primeira premissa: uma boa escala deve apresentar boas propriedades psicométricas – confiabilidade e validade (SPECTOR, 1992, p. 4) - donde decorre a necessidade de um alto investimento em esforço e tempo, além de *expertise* para se conseguir a

colaboração dos respondentes-alvo, sem abrir mão da qualidade e da quantidade desejáveis desses respondentes.

Para Spector (1992), se a escala mede “alguma coisa” de forma consistente, satisfaz ao quesito confiabilidade. Para este parâmetro, existe o teste de aferição, que é o coeficiente de consistência interna (Alfa de Cronbach) para a confiabilidade.

Conforme Devillis (1991), uma escala é internamente consistente se os itens que a compõem são altamente intercorrelacionados, o que sugere que tais itens estão avaliando a mesma coisa. Para Litwin (2003), assegurar confiabilidade de uma escala é garantir que todos os itens desta escala medem aspectos distintos, mas do mesmo conceito.

Spector (1992) destaca que a falta de intercorrelação entre os itens de uma escala é um sintoma de que eles não representam um construto subjacente comum. Contrariamente, a constatação de que a consistência interna entre os itens forma um construto é um sintoma de que eles estão desfrutando de uma variância comum; isto é, eles são possivelmente indicadores de um mesmo construto subjacente. É considerado aceitável para o exame de confiabilidade das medidas um coeficiente superior a 0.70 (NUNNALLY e BERNSTEIN, 1994). Para Hair *et al.* (2005), o limite inferior para o alfa de Cronbach geralmente aceito é de 0,70, apesar de se aceitar até 0,60 em pesquisa exploratória.

A análise dos dados da Tabela 16 demonstra que em todos os construtos não se recomenda a retirada de nenhum dos indicadores, que apresentaram resultados inferiores ao alfa encontrado para o construto.

Tabela 16
Coeficiente Alfa de Cronbach para indicadores e construtos da escala

(continua)

| Construto | Indicadores | Coeficiente Alfa | Coeficiente Alfa se item deletado |
|---|-------------|------------------|-----------------------------------|
| Dedicação e Caráter Inovador - subconstruto 1 | DCI3 | 0,715 | 0,401 |
| | DCI4 | | 0,415 |
| | DCI5 | | 0,615 |

| | | | (conclusão) |
|--|------|-------|-------------|
| Criatividade e Perseverança - subconstruto 1 | CP1 | 0,753 | 0,651 |
| | CP4 | | 0,466 |
| | CP5 | | 0,357 |
| Planejamento - subconstruto 1 | PL2 | 0,847 | 0,744 |
| | PL3 | | 0,600 |
| | PL4 | | 0,488 |
| Operacional - subconstruto 1 | OP2 | 0,767 | 0,436 |
| | OP4 | | 0,574 |
| | OP5 | | 0,456 |
| | OP6 | | 0,673 |
| Satisfação de Clientes | SC1 | 0,893 | 0,435 |
| | SC2 | | 0,546 |
| | SC3 | | 0,674 |
| Concorrência | CC1 | 0,809 | 0,799 |
| | CC2 | | 0,647 |
| | CC3 | | 0,759 |
| Visão de Longo Prazo | VLP2 | 0,625 | 0,566 |
| | VLP3 | | 0,616 |
| | VLP4 | | 0,368 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Em consonância com o posicionamento de Hair (2005), optou-se então pela permanência de todos os indicadores avaliados anteriormente pela análise fatorial e subconstrutos formados.

4.6 Composição e análise dos construtos e variáveis

Os construtos foram formados pelos indicadores e variáveis como assinalados na Tabela 17.

Tabela 17
Construtos e Subconstrutos formados

(continua)

| Construto | Indicadores | Variável |
|---|-------------|--|
| Dedicação e Caráter Inovador - subconstruto 1 | DCI3 | 3. Minha empresa sempre está a frente da concorrência no oferecimento de novos produtos ou serviços. |
| | DCI4 | 4. Eu estou sempre atento às oportunidades e pretendo expandir os negócios. |
| | DCI5 | 5. Eu exerço liderança entre os empresários do mesmo setor da cidade. |
| Dedicação e Caráter Inovador - subconstruto 2 | DCI1 | 1. Eu dedico 8 horas ou mais de trabalho na empresa, diariamente. |
| | DCI2 | 2. Eu realizo outras atividades profissionais fora da empresa. |
| Dedicação e Caráter Inovador - subconstruto 3 | DCI6 | 6. Eu não tenho receio em assumir riscos nos negócios. |
| | DCI7 | 7. Eu estou sempre procurando/introduzindo novos produtos ou serviços. |

(conclusão)

| | | |
|--|------|--|
| Criatividade e Perseverança - subconstruto 1 | CP1 | 1. Eu atuo sempre de acordo com minhas convicções sobre negócios e na empresa. |
| | CP4 | 4. Eu mantenho uma ótima rede de contatos. |
| | CP5 | 5. Eu sempre avalio se a empresa está no caminho certo para alcançar os resultados. |
| Criatividade e Perseverança - subconstruto 2 | CP2 | 2. Minha empresa atua sempre na mesma forma, pois não vejo motivos para mudanças. |
| | CP3 | 3. Eu abandonaria o negócio se os resultados forem negativos durante um determinado período. |
| Planejamento - subconstruto 1 | PL2 | 2. Minha empresa possui uma estratégia de marketing/vendas. |
| | PL3 | 3. Minha empresa tem metas de vendas, lucros que devem ser atingidos todo o ano. |
| | PL4 | 4. Minha empresa possui fluxo de caixa, que é usado para planejar as necessidades financeiras da empresa. |
| Planejamento - subconstruto 2 | PL1 | 1. Antes de iniciar as atividades eu possuía um plano de negócios para a empresa. |
| | PL5 | 5. Minha empresa tem acesso fácil a empréstimos bancários. |
| Operacional - subconstruto 1 | OP2 | 2. A gestão financeira da empresa é baseada em planilhas de custos e receitas. |
| | OP4 | 4. A rotatividade (entrada e saída) de funcionários da empresa é alta. |
| | OP5 | 5. Há definição clara das atividades que cada funcionário deve realizar. |
| | OP6 | 6. A empresa não tem dificuldades de capital de giro, necessário às atividades. |
| Operacional - subconstruto 2 | OP7 | 7. A empresa prefere comprar os produtos a prazo de seus fornecedores do que buscar empréstimos bancários. |
| Satisfação de Clientes | SC1 | 1. Informações sobre necessidades e solicitações dos clientes são anotadas regularmente. |
| | SC2 | 2. A empresa está direcionada para satisfazer os clientes e ações são realizadas para esta finalidade. |
| | SC3 | 3. As opiniões dos clientes não alteram a forma como a empresa conduz os negócios. |
| Concorrência | CC1 | 1. Informações sobre os concorrentes são importantes e analisadas regularmente. |
| | CC2 | 2. A empresa conhece os pontos fortes e as fraquezas dos concorrentes. |
| | CC3 | 3. A empresa responde com rapidez às ações dos concorrentes. |
| Visão de Longo Prazo | VLP2 | 2. A empresa recorre ao SEBRAE ou consultores na gestão empresarial. |
| | VLP3 | 3. O proprietário acompanha o noticiário (jornais, rádios e TV) sobre a economia, diariamente. |
| | VLP4 | 4. Eu participo regularmente de programas de treinamento. |

Fonte: Dados do questionário

Inicialmente, analisou-se a estatística descritiva das variáveis utilizadas no modelo (tabela 18). A variável que alcançou a maior média foi a EMP, média 5,463, seguida da variável SC2, média 5,433 e DCI1, média 5,392. As variáveis com menor média foram a CP2, média 2,051 e SC3, média 2,1959. De maneira geral todas as variáveis alcançaram médias elevadas, acima de 3,5, em uma escala entre 1 e 6, apontando para uma avaliação bastante positiva das questões avaliadas. As questões que apresentaram as médias mais baixas são as questões reversas, isto é, aquelas que tiveram as escalas invertidas conforme explicado anteriormente. A

exceção foi a variável VLP2 que constitui uma verificação se a empresa recorre ao SEBRAE ou consultores na gestão empresarial.

Tabela 18
Estatística Descritiva para as variáveis

| Indicador | Média | Desvio Padrão |
|-----------|--------|---------------|
| DCI1 | 5,3918 | ,74382 |
| DCI2 | 2,6804 | 1,96079 |
| DCI3 | 4,6495 | 1,34661 |
| DCI4 | 5,3196 | 1,15060 |
| DCI5 | 3,6082 | 1,53132 |
| DCI6 | 4,4742 | 1,53496 |
| DCI7 | 4,9691 | 1,30267 |
| CP1 | 5,1546 | 1,19321 |
| CP2 | 2,0515 | 1,63536 |
| CP3 | 2,7526 | 1,94739 |
| CP4 | 4,5979 | 1,32019 |
| CP5 | 5,0825 | 1,33596 |
| PL1 | 3,5670 | 1,76722 |
| PL2 | 3,8247 | 1,65838 |
| PL3 | 4,5464 | 1,56139 |
| PL4 | 4,8660 | 1,62422 |
| PL5 | 4,8351 | 1,71197 |
| OP1 | 5,0309 | 1,39533 |
| OP2 | 4,3196 | 1,57153 |
| OP3 | 3,1753 | 1,99484 |
| OP4 | 3,2577 | 1,99101 |
| OP5 | 4,4639 | 1,58812 |
| OP6 | 4,0928 | 1,60132 |
| OP7 | 4,5361 | 1,70209 |
| SC1 | 4,6701 | 1,26427 |
| SC2 | 5,4330 | ,84048 |
| SC3 | 2,1959 | 1,55214 |
| CC1 | 3,7423 | 1,56311 |
| CC2 | 4,1340 | 1,53859 |
| CC3 | 4,2371 | 1,58622 |
| VLP1 | 5,0412 | 1,21550 |
| VLP2 | 2,5773 | 1,83618 |
| VLP3 | 4,4330 | 1,70115 |
| VLP4 | 3,4021 | 1,84085 |
| EMP | 5,4639 | ,67795 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Para o cálculo da estatística descritiva dos construtos e subconstrutos formados por

mais de dois indicadores o procedimento adotado, segundo Malhotra (2004) e Hair *et al.* (2005) foi o cálculo dos escores fatoriais para cada caso. Os escores fatoriais consistem no produto matricial dos valores observados para as variáveis pelas cargas fatoriais. Com base nesses escores foram obtidas as médias referentes a cada construto e subconstrutos. Para os subconstrutos formados por dois indicadores o procedimento foi o cálculo da média aritmética dos mesmos. Os resultados são apresentados na Tabela 19.

Tabela 19
Estatística Descritiva para os subconstrutos

| Subconstrutos | Média | Desvio Padrão |
|---------------|--------|---------------|
| DCIsub1 | 4,5258 | 1,01589 |
| DCIsub2 | 4,0361 | 0,99281 |
| DCIsub3 | 4,7216 | 1,23737 |
| CPIsub1 | 4,9450 | 0,98564 |
| CPIsub2 | 2,4021 | 1,29631 |
| PLsub1 | 4,4124 | 1,31390 |
| PLsub2 | 4,2010 | 1,08891 |
| OPsub1 | 4,0335 | 1,15449 |
| SCsub1 | 4,0997 | 0,65469 |
| CCsub1 | 4,0378 | 1,32888 |
| VLPsub1 | 3,4708 | 1,35636 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Como se pode verificar na Tabela 19, os subconstrutos com maiores médias são CPIsub1 (formado pelas variáveis CP1- Eu atuo sempre de acordo com minhas convicções sobre negócios e na empresa, CP4 - Eu mantenho uma ótima rede de contatos e CP5 - Eu sempre avalio se a empresa está no caminho certo para alcançar os resultados) e DCIsub3 média 4,7216 (formado pelas variáveis DCI6- Eu não tenho receio em assumir riscos nos negócios e DCI7 - Eu estou sempre procurando/introduzindo novos produtos ou serviços).

Para efeito de aprofundar a análise dos dados da pesquisa, são apresentados na Tabela 20 os resultados das médias dos subconstrutos por faixa de tempo de existência das empresas investigadas.

Tabela 20

Estatística Descritiva para os subconstrutos por faixa de tempo de empresa

| Indicador | Até 5 anos | | Mais de 5 até 10 anos | | Mais de 10 até 20 anos | | Mais de 20 anos | |
|-----------|------------|-------|-----------------------|-------|------------------------|-------|-----------------|-------|
| | N | Média | N | Média | N | Média | N | Média |
| DCIsub1 | 19 | 3,911 | 23 | 4,529 | 45 | 4,583 | 30 | 4,800 |
| DCIsub2 | 19 | 3,833 | 23 | 3,824 | 45 | 4,275 | 30 | 3,920 |
| DCIsub3 | 19 | 4,867 | 23 | 4,824 | 45 | 4,875 | 30 | 4,320 |
| CPIsub1 | 19 | 4,800 | 23 | 4,627 | 45 | 5,158 | 30 | 4,907 |
| CPIsub2 | 19 | 2,600 | 23 | 2,294 | 45 | 2,363 | 30 | 2,420 |
| PLsub1 | 19 | 4,200 | 23 | 4,157 | 45 | 4,442 | 30 | 4,667 |
| PLsub2 | 19 | 4,367 | 23 | 4,294 | 45 | 4,025 | 30 | 4,320 |
| OPsub1 | 19 | 3,600 | 23 | 3,794 | 45 | 4,169 | 30 | 4,240 |
| SCsub1 | 19 | 3,978 | 23 | 4,235 | 45 | 4,117 | 30 | 4,053 |
| CCsub1 | 19 | 3,844 | 23 | 4,118 | 45 | 4,133 | 30 | 3,947 |
| VLPsub1 | 19 | 3,356 | 23 | 3,294 | 45 | 3,625 | 30 | 3,413 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Para efeito de verificação das diferenças entre as médias dos segmentos de tempo de existência das empresas empregou-se o teste de Kruskal-Wallis, que é a versão não paramétrica para medições da ANOVA de um fator independente. Nós usamos este teste quando temos mais de duas amostras independentes e podemos assumir que elas são de populações com o mesmo formato, não necessariamente “normal”. O teste de Kruskal-Wallis pode ser usado com dados ordinais, intervalares ou proporcionais. O resultado do teste é avaliado através do p-valor, que quando é > 0,05 indica que não existem diferenças estatisticamente significativas (HAIR *et al*, 2005). Os resultados dos testes são apresentados na Tabela 21 a seguir.

Tabela 21

Teste Kruskal-Wallis para identificação de diferenças entre médias

| Subconstruto | Chi-Quadrado | df | p-valor |
|--------------|--------------|----|---------|
| DCIsub1 | 7,249 | 3 | ,064 |
| DCIsub2 | 4,302 | 3 | ,231 |
| DCIsub3 | 3,518 | 3 | ,318 |
| CPIsub1 | 4,507 | 3 | ,212 |
| CPIsub2 | ,435 | 3 | ,933 |
| PLsub1 | 3,055 | 3 | ,383 |
| PLsub2 | 1,831 | 3 | ,608 |
| OPsub1 | 3,424 | 3 | ,331 |
| SCsub1 | ,514 | 3 | ,916 |
| CCsub1 | ,557 | 3 | ,906 |
| VLPsub1 | ,714 | 3 | ,870 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

A análise da Tabela 21 aponta que as médias dos segmentos de tempo de existência das empresas investigadas não apresentam diferenças estatisticamente significativas. Portanto, não se pode postular que a experiência ou a característica de ser proprietário de uma empresa em seus estágios iniciais exerce algum efeito distinto na visão, planejamento e na gestão dos negócios.

4.7 Análise das correlações

Para atender um dos objetivos deste trabalho, foram calculadas as correlações entre os subconstrutos e a variável aferidora do grau de empreendedorismo, que está definida na questão 35 apresentada no Anexo. Os valores observados e os níveis de significância podem ser observados na Tabela 22.

Tabela 22
Correlação entre os subconstrutos e o grau de empreendedorismo

| Correlação | EMP | DCIsub1 | DCIsub2 | DCIsub3 | CPIsub1 | CPIsub2 | PLsub1 | PLsub2 | OPsub1 | SCsub1 | CCsub1 | VLPsub1 |
|------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| EMP | 1 | | | | | | | | | | | |
| DCIsub1 | ,886** | 1 | | | | | | | | | | |
| DCIsub2 | ,664** | ,169 | 1 | | | | | | | | | |
| DCIsub3 | ,574** | ,333** | ,029 | 1 | | | | | | | | |
| CPIsub1 | ,050** | ,553** | ,093 | ,239* | 1 | | | | | | | |
| CPIsub2 | ,114 | ,121 | ,038 | ,202* | ,104 | 1 | | | | | | |
| PLsub1 | ,230** | ,527** | ,088 | ,188 | ,312** | ,241* | 1 | | | | | |
| PLsub2 | ,042 | ,279** | ,142 | ,336** | ,227* | ,017 | ,130 | 1 | | | | |
| OPsub1 | ,057** | ,413** | ,010 | ,307** | ,275** | ,160 | ,636** | ,161 | 1 | | | |
| SCsub1 | ,114** | ,460** | ,368** | ,197 | ,240* | ,046 | ,252* | ,378** | ,051 | 1 | | |
| CCsub1 | ,228* | ,408** | ,308** | ,155 | ,299** | ,187 | ,570** | ,179 | ,469** | ,307** | 1 | |
| VLPsub1 | ,108 | ,243* | ,339** | ,032 | ,263** | ,304** | ,111 | ,072 | ,042 | ,283** | ,517** | 1 |

OBS: * Correlação é significativa no nível 0.05 (bi-caudal)

** Correlação é significativa no nível 0.01 (bi-caudal)

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Conforme verificado na Tabela 22, as correlações entre a variável grau de empreendedorismo e os demais subconstrutos são significativas (nível de significância de 5%) com exceção dos subconstrutos CPIsub2, PLsub2, SCsub1 e VLPsub1.

4.8 Análise da regressão

Para analisar como a variável grau de empreendedorismo se relaciona às variáveis representadas pelo subconstrutos identificados neste estudo, foi empregada a análise de regressão múltipla.

Para Hair *et al* (2005) a análise de regressão múltipla é uma técnica estatística multivariada, que pode ser usada para analisar a relação de causa e efeito entre uma única variável dependente (critério ou explicada) e diversas variáveis independentes (preditoras ou explicativas).

A análise de regressão múltipla tem por objetivo, conforme Fávero *et al* (2009), estimar o impacto do incremento de cada variável independente – que se traduz no peso de cada variável independente – na variável dependente.

Os coeficientes estimados denotam a contribuição relativa das variáveis independentes na variável dependente, ou seja, a influência de cada variável na explicação do fenômeno objeto da análise (Gujarati, 2000).

O conjunto de variáveis independentes ponderadas forma a variável estatística de regressão, isto é, uma combinação linear das variáveis independentes que melhor explica a variável dependente, aponta Malhotra (2006). O modelo que representa a regressão múltipla é dado por:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + \epsilon \quad (1)$$

Sendo,

Y é o fenômeno em estudo (variável dependente);

α o intercepto (constante);

β_i ($i = 1, 2, 3, \dots, n$) os coeficientes de cada variável;

X_i ($i = 1, 2, 3, \dots, n$) as variáveis explicativas;

ϵ é o termo do erro (diferença entre o valor real – medido – e o valor previsto da variável dependente por meio do modelo para cada observação).

O erro ε é também chamado de perturbação estocástica, que é um substituto de todas as variáveis omitidas do modelo, mas que coletivamente afetam a variável dependente. Este erro representa possíveis variáveis que não foram inseridas no modelo, mas também contribuiriam para a explicação de Y (Gujarati, 2000).

Quando se empregam modelos de regressão múltipla, estima-se o coeficiente individual de cada variável (construtos e o respectivo erro padrão). Os coeficientes indicam a relação existente entre os aspectos específicos dos processos e a avaliação global do processo. A relação de cada coeficiente com o erro padrão permite calcular a estatística t, e identificar o nível de significância estatística.

Cabe ressaltar que só se deve aceitar como variáveis relevantes para explicar o fenômeno aquelas cujos coeficientes são estatisticamente significativos. Nesta dissertação, admitem-se valores de significância igual ou inferiores a 0,05. Os indicadores que não forem significativos são interpretados como fatores que podem ter relevância isoladamente ou em outro contexto, mas, quando levamos em conta o efeito dos demais critérios presentes naquela avaliação, tornam-se irrelevantes.

Ao se ajustar modelos de regressão, é importante verificar algumas características e suposições subjacentes. Em primeiro lugar, deve-se observar a capacidade do modelo, prever adequadamente a variável dependente; este valor é medido pelo R^2 e pelo R^2 ajustado, cujos valores de referência situam-se entre zero e um. Apesar de não existirem limites mínimos aceitáveis para esta medida, pode-se admitir que, no caso do presente estudo, por se tratar de uma regressão baseada em dados de *cross-section* - corte transversal (referentes a um período de tempo um R^2 ajustado superior a 0,50) demonstra uma boa capacidade de explicação do fenômeno estudado pelas variáveis independentes.

No caso específico desta pesquisa, procurou-se identificar e avaliar a contribuição dos subconstrutos (variáveis independentes) no grau de empreendedorismo (EMP), sendo este captado mediante o uso da mesma escala Likert em pergunta formulada aos empresários que participaram da amostra (pergunta 35, do Anexo).

A Tabela 23 apresenta o coeficiente estimado referente a cada um dos onze

subconstrutos identificados no estudo, o erro padrão, a estatística t e o nível de significância dos coeficientes estimados. Pode-se observar que quatro variáveis explicativas (independentes) se mostram relevantes para a explicação do grau de empreendedorismo, admitindo nível de significância do coeficiente estimado de 10%. (tabela 23). São elas Dedicção e Caráter Inovador - subconstruto 1; Dedicção e Caráter Inovador - subconstruto 3 ; Satisfação de Clientes subconstruto 1; e Concorrência subconstruto 1.

Tabela 23
Coeficientes da regressão múltipla

| Variáveis Explicativas | Coeficientes não padronizados | | Coeficientes Padronizados | t | Sig. |
|------------------------|-------------------------------|-------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Erro Padrão | Beta | | |
| (Constant) | 5,090 | ,587 | | 8,67 | ,00 |
| DCIsub1 | -,162 | ,097 | -,242 | -1,66 | ,10 |
| DCIsub2 | -,035 | ,081 | -,052 | -,434 | ,66 |
| DCIsub3 | ,113 | ,064 | -,206 | 1,76 | ,08 |
| CPIsub1 | ,033 | ,088 | ,048 | ,374 | ,70 |
| CPIsub2 | -,062 | ,061 | -,118 | -1,01 | ,31 |
| PLsub1 | ,080 | ,081 | ,156 | ,987 | ,32 |
| PLsub2 | -,025 | ,075 | -,040 | -,331 | ,74 |
| OPsub1 | ,006 | ,082 | ,010 | ,070 | ,94 |
| SCsub1 | -,276 | ,137 | ,266 | 2,01 | ,05 |
| CCsub1 | -,185 | ,078 | -,362 | -2,35 | ,02 |
| VLPsub1 | ,012 | ,070 | ,023 | ,167 | ,87 |

Fonte: Dados da pesquisa trabalhadores, 2012.

Tabela 24
Poder explicativo do modelo

| R | R ² Ajustado | Erro Padrão Estimado |
|-------------------|-------------------------|----------------------|
| ,418 ^a | ,068 | ,655 |

Variáveis Predictoras: (Constante), DCIsub1, DCIsub2, DCIsub3, CPIsub1, CPIsub2, PLsub1, PLsub2, OPsub1, SCsub1, CCsub1 e VLPsub1, variável dependente EMP.

Fonte: Dados da pesquisa trabalhadores, 2012.

Entretanto sete variáveis explicativas (independentes) não se mostram relevantes para a explicação do grau de empreendedorismo, haja vista o nível de significância

do coeficiente estimado superior a 10%. (tabela 23).

Como se trata de uma análise em corte (*cross-section*), o mais relevante é a significância dos coeficientes estimados, que permite identificar a relação existente entre as diversas variáveis independentes e a dependente. Entretanto, o coeficiente de determinação, estatística muito utilizada para analisar a capacidade de explicação do modelo, não deixa qualquer dúvida: as variáveis explicativas, derivadas dos diversos construtos não oferecem um bom poder explicativo. O valor do r^2 ajustado é de apenas 0,068.

Em síntese, as variáveis pesquisadas neste estudo mostraram-se relevantes para captar o “espírito empreendedor” dos empresários de micro e pequenas empresas. Entretanto, a análise econométrica evidencia que existem outras variáveis relevantes e que devem ser identificadas em novas pesquisas, pois elas, também, norteiam as ações dos empresários na busca incessante de lucros e produção.

CONCLUSÕES

Os empreendedores desempenham um papel relevante tanto social quanto econômico em toda sociedade de livre mercado. Eles atuam de modo a apresentarem como uma força criativa ao introduzir novas tecnologias e processos para melhorar e tornar mais baratos os produtos existentes. Atuam, também, para criar novos bens e serviços, que substituem os antigos, aumentando o nível de satisfação e de bem estar ao consumidor. Constatou-se, nesse sentido, que os benefícios trazidos pelo empreendedorismo são diversos, tais como mudanças no mercado, progresso, introdução de processos inovadores, criação e comercialização de novas tecnologias que substituem as antigas. Tudo isto, guiado pelo “*animal spirits*”, nas palavras do reverenciado economista Lord Keynes (1996).

Assim, pode-se afirmar que o empreendedor é o visionário dentro de cada ser, o catalisador das mudanças. Seus benefícios se devem ao fato de viverem no futuro, nunca no passado, e, poucas vezes, no presente, construindo imagens de “e se” e de “e quando” com a personalidade criativa que possui, lidando, frequentemente, melhor com o desconhecido, explorando o futuro e fazendo das possibilidades, probabilidades em todas as áreas de atuação.

O empreendedorismo e o espírito empreendedor deixaram de ser nos dias atuais somente uma característica do microempresário. Ser empreendedor hoje é deixar de estar passivo aos acontecimentos e, ao invés de vê-los acontecer, é participar da sua concretização e apresentar sugestões para melhorar o ambiente de trabalho. Diante desse contexto, o presente trabalho realizou um estudo para analisar os principais fatores que influenciam o funcionamento das MPEs, bem como identificar as principais variáveis que poderiam explicar o grau de empreendedorismo na cidade de Pará de Minas.

O tema central desta pesquisa foi o empreendedorismo. Ressalta-se como cenário atual a relevante participação de micro e pequenas empresas no Brasil.

No âmbito da cidade de Pará de Minas, região Centro Oeste de Minas Gerais,

observa-se crescimento das MPEs. Devido a alguns estudos, verifica-se relevante a busca de fatores geradores de sustentabilidade empresarial.

O problema da pesquisa centrou-se na necessidade de conhecer as estratégias utilizadas na gestão das MPEs na cidade de Pará de Minas, localizada na Região Central do Estado de Minas Gerais.

Tendo isto exposto pretendeu-se descrever e analisar os fatores que influenciam no desempenho das MPEs da cidade de Pará de Minas, sob a visão dos empreendedores.

Optou-se por um estudo de natureza quantitativa baseada em técnica multivariada denominada análise fatorial, com vista a encontrar os fatores mais relevantes em três dimensões: as características do empresário; as características da empresa e as condições do ambiente interno e externo.

Foram envolvidos por critério de acessibilidade 118 respondentes empreendedores da cidade pesquisada

A análise descritiva de caráter quantitativa demonstrou que a criatividade e perseverança são fatores importantes do empreendedorismo, contudo as fases de planejamento e a gestão operacional dos negócios não se mostraram significativas para caracterizar o grau de empreendedorismo nas micro e pequenas empresas de Pará de Minas.

O construto satisfação do cliente, concorrência e visão de longo prazo se mostraram, também, conforme relatado na literatura, grande relevância para identificar o espírito empreendedor.

Foi observado ainda, com base nos resultados alcançados, que as variáveis “Eu atuo sempre de acordo com minhas convicções sobre negócios e na empresa”; “Eu mantenho uma ótima rede de contatos”; e “Eu sempre avalio se a empresa está no caminho certo para alcançar os resultados”; “Eu não tenho receio em assumir riscos nos negócios”; e “Eu estou sempre procurando/introduzindo novos produtos ou

serviços”, apresentaram média alta e devem merecer grande atenção em avaliações voltadas para identificar os fatores que levam as MPEs ao sucesso ou ao fracasso.

De forma geral, as variáveis agrupadas pela análise fatorial conseguem captar parte relevante na explicação do grau de empreendedorismo. Contudo, a análise de regressão mostrou que há outras variáveis não consideradas na dissertação que podem contribuir para um melhor entendimento do fenômeno. Nesta perspectiva, seria recomendável estudos que explorem essas possibilidades, identificando e introduzindo novas variáveis na análise.

A relativa irrelevância das características das empresas no fenômeno estudado, em seus estágios de planejamento e gestão dos negócios (operacional), poderia merecer, também, novas avaliações.

Ademais, a utilização do questionário aqui empregado, com ou sem modificações, aplicados em outros municípios de diferentes portes e regiões do país, seria importante para que os resultados desta dissertação fossem validados.

REFERÊNCIAS

- ANSOFF, H. I. **Estratégia empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- BARTOLI, Annie. **Comunicación y organización**. Barcelona: Paidós, 1991.
- BATISTA, A. **Estratégias de desenvolvimento e fatores críticos**. Belo Horizonte: Fundação Dom Cabral; Programa de Desenvolvimento de Lideranças; Sistema SEBRAE, 2003.
- BOOG, G. G. **O desafio da competência**. São Paulo: Best Seller, 1991.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**, 1988. São Paulo: Scipione, 2009.
- COELHO, L. **Mortalidade das micro e pequenas empresas de Salvador: Fatores Determinantes do Sucesso e do Insucesso Empresarial**. Salvador: SEBRAE/BA, 2002.
- COSTA, A. M. da; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 15, n. 2, apr. 2011.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados; 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, P. **Administração em tempos de grandes mudanças**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- DUNN, S. C.; SEAKER, R. F.; WALLER, M. A. Latent variable in business logistics research: scale development and validation. **Journal of Business Logistics**, v. 15, n. 2, p.145-173. 1994.
- ELIAS, N. Estudos sobre a gênese da profissão naval: cavalheiros e tarpaulins. **Mana**, v. 7, n. 89, p.116, 2001.
- ETZIONI, Amitai. **Organizações modernas**. Pioneira: São Paulo, 1989.
- FILION, L.J. **O Empreendedorismo como Tema de Estudos Superiores**. 2008. Disponível em: <<http://inf.unisul.br/~ingo/emoreendedorismo.pdf>>. Acesso em 03 de ago. 2012.
- GALESNE, A.; FENSTERSEIFER, J. E.; LAMB R. **Decisões de investimentos da empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

GERBER, M. E. **O mito do empreendedor**: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. São Paulo: Saraiva, 1992.

GERBING, D.; ANDERSON, J. Structural Equation Modeling in practice: a review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, v. 103, n.3, p. 411-23, 1988.

GEUS, Á. de. **A empresa viva**. São Paulo: publifolha, 1999.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projeto de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAPEGGIA, M.; *et al.* Fatores condicionantes de sucesso e/ou mortalidade de micro e pequenas empresas em Santa Catarina. **Produção**, v. 21, n. 3, p. 444-455, jul./set. 2011.

GUAJARATI, D. N. **Econometria Básica**. São Paulo: Makron Books, 2000.

HALLORAN, J.W. **Por que os empreendedores falham**. São Paulo: Makron Books, 1994.

HAIR JR, J.F. *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Porto alegre: Bookman, 2004.

KEYNES, J. M. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda, 1936**. Rio de Janeiro, Nova Cultura, 1996.

LACERDA, J. B. **A contabilidade como ferramenta gerencial na gestão financeira das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs)**: necessidade e aplicabilidade. Caratinga: FBC/DF, 2005.

LEZANA, A. G. R.; TONELLI, A. **O comportamento do empreendedor**. São Paulo: Escola de Novos Empreendedores, 2004.

LITWIN, M. S. **How to assess and interpret survey psychometrics**. 2nd edition. London: Sage, 2003.

LUECKE, R. **Ferramentas para empreendedores**: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4 ed. Porto Alegre. Bookman, 2004.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 5 ed. Porto Alegre. Bookman, 2006.

McCRAW, Thomas, K., **O Profeta da Inovação : Joseph Schumpeter e a Destruição Criativa**, Rio de Janeiro, Editora Record, 2012.

MCKINSEY & Company, ASHOKA. **Empreendedores sociais**. Empreendimentos sociais sustentáveis, como elaborar planos de negócios para organizações sociais. Rio de Janeiro: Editora Fundação, 2001.

MEDINA, E. A. M.; SILVEIRA, R. R. Fatores condicionantes de sucesso em gestão de micro e pequenas empresas. **XXIII Encontro Nac. de Eng. de Produção** - Ouro Preto, MG, Brasil, 21 a 24 de out de 2003.

MORIOCHI, Luiz; GONÇALVES, José S., **Teoria do Desenvolvimento Econômico de Schumpeter: uma revisão crítica**, Informações Econômicas, SP, v.24, n.8, ago. 1994, p. 27-35.

NETEMEYER, R. G.; BEARDEN, W. O.; SHARMA, S. **Scaling procedures**. London: Sage, 2003.

NETO, S. P. ; SALES, A. H. L. Empreendedorismo nas Micro e Pequenas Empresas no Brasil. **Anais do ENANPAD** – XXVIII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Curitiba: ANPAD, 2004.

NUNNALLY, J. C.; BERNSTEIN, I. H. **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hill, 1994.

NUSDEO, A. M. O. Desenvolvimento sustentável do Brasil e o Protocolo de Quioto. **Revista de Direito Ambiental**, v. 10, n. 37, jan./mar. 2005.

OLIVEIRA, S. L. de O. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI; TCC, monografia, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1997

PALERMO, F. K. de O. As micro e pequenas empresas como propulsoras do desenvolvimento econômico e social: contribuição para o incremento das atividades econômicas no âmbito do Mercosul. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 7, n. 55, 1 mar. 2002.

PETTER, E. M. **Morte precoce de micro e pequenas empresas em São Paulo**. São Paulo: Atlas, 2005.

PETTY, J. W., MOORE, C., LONGENECKER, J. **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo: Pearson, 2004.

PREFEITURA DE PARA DE MINAS. **Histórico de Pará de Minas**. Disponível em: <<http://www.parademinas.mg.gov.br>>. Acesso em 12, agos., 2012.

REQUIÃO, Rubens Edmundo. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 2007.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989.

SANTOS, I. K. **Pequenas e Médias Empresas**: potencial exportador e papel na economia. São Paulo: [s/e], 2008.

SEBRAE. **PME**. 2006. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 3,

set., 2012.

SEBRAE NACIONAL; SEBRAE MG. **Fatores condicionantes da mortalidade das Pequenas e Médias Empresas**. Brasília: Coletânea Estatística, 2012.

SHANE, S.; LOCKE, E.; COLLINS, C.J. Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, p. 257-279, 2003.

SOUZA, V. M.. **Pequenas e Médias Empresas**: dificuldades, crescimento e desenvolvimento. São Paulo: [s/e], 2009.

SPECTOR, P. **Summated Rating scab construction: an introduction**. London: Sage, 1992.

TABACHNICK, B. G.; FIDEL, L. S. **Using multivariate statistics**. Harper Collins: New York, NY, 2001.

TAVARES, D. A. **Gestão de Pequenas e Médias Empresas em Cabo Verde**: estudo de caso Ilha de Santiago. Cabo Verde: Instituto Piaget, 2008.

VALEI, G. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. **Revista Era**. v. 7, n. 1, jan./jun. 2008.

WORLD BANK. **Doing Business no Brasil**. 2006. Disponível em <www.doingbusiness.org/documents/doing_business_in_brazil_portuguese.pdf> Acesso em 21 de ago. 2011.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Estamos realizando uma pesquisa para identificar os principais fatores que explicam o sucesso e as dificuldades das micro e pequenas empresas na cidade de Pará de Minas. Essa pesquisa é parte integrante da Dissertação de Mestrado de Ednei Magela Duarte do Curso de Administração da Fundação Pedro Leopoldo e gostaríamos de contar com a sua colaboração. Será resguardado o sigilo da empresa e as respostas não serão analisadas individualmente, mas tratadas em conjunto.

- Qualquer dúvida consulte o aplicador, ele está treinado para responder.
- Pedimos que responda com atenção as perguntas, pois suas informações serão muito importantes para o sucesso da pesquisa.

QUESTÕES

Empresa: _____

Nome do Proprietário: _____

Sexo:

M

F

Faixa etária:

Até 20 anos

De 21 a 30 anos

De 31 a 40 anos

| | |
|--------------------------|------------------|
| <input type="checkbox"/> | Até 41 a 50 anos |
|--------------------------|------------------|

| | |
|--------------------------|------------------|
| <input type="checkbox"/> | Acima de 50 anos |
|--------------------------|------------------|

Escolaridade:

- Ensino Fundamental:

| | |
|--------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | Completo |
|--------------------------|----------|

| | |
|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | Incompleto |
|--------------------------|------------|

- Ensino Médio:

| | |
|--------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | Completo |
|--------------------------|----------|

| | |
|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | Incompleto |
|--------------------------|------------|

- Ensino Superior:

| | |
|--------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | Completo |
|--------------------------|----------|

| | |
|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | Incompleto |
|--------------------------|------------|

Quais os principais fatores que influenciam na sustentabilidade das MPE's na cidade de Pará de Minas?

| Discorda totalmente | Discorda em grande parte | Discorda pouco | Concorda pouco | Concorda em grande parte | Concorda totalmente |
|---------------------|--------------------------|----------------|----------------|--------------------------|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

| BLOCO I | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| BLOCO CARACTERÍSTICAS DO EMPRESÁRIO | | | | | | |
| a)Dedicação e caráter inovador | | | | | | |
| FATORES/QUESTÕES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Eu dedico 8 horas ou mais de trabalho na empresa, diariamente. | | | | | | |
| 2. Eu realizo outras atividades profissionais fora da empresa. | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| 3. Minha empresa sempre está a frente da concorrência no oferecimento de novos produtos ou serviços. | | | | | | |
| 4. Eu estou sempre atento às oportunidades e pretendo expandir os negócios. | | | | | | |
| 5. Eu exerço liderança entre os empresários do mesmo setor da cidade. | | | | | | |
| 6. Eu não tenho receio em assumir riscos nos negócios. | | | | | | |
| 7. Eu estou sempre procurando/introduzindo novos produtos ou serviços. | | | | | | |
| b) Criatividade e Perseverança | | | | | | |
| 8. Eu atuo sempre de acordo com minhas convicções sobre negócios e na empresa. | | | | | | |
| 9. Minha empresa atua sempre na mesma forma, pois não vejo motivos para mudanças. | | | | | | |
| 10. Eu abandonaria o negócio se os resultados forem negativos durante um determinado período. | | | | | | |
| 11. Eu mantenho uma ótima rede de contatos. | | | | | | |
| 12. Eu sempre avalio se a empresa está no caminho certo para alcançar os resultados. | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| BLOCO II | | | | | | |
| CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS | | | | | | |
| c) Planejamento | | | | | | |
| FATORES/QUESTÕES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 13. Antes de iniciar as atividades eu possuía um plano de negócios para a empresa. | | | | | | |
| 14. Minha empresa possui uma estratégia de marketing/vendas. | | | | | | |
| 15. Minha empresa tem metas de vendas, lucros que devem ser atingidos todo o ano. | | | | | | |
| 16. Minha empresa possui fluxo de caixa, que é usado para planejar as | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| necessidades financeiras da empresa. | | | | | | |
| 17. Minha empresa tem acesso fácil a empréstimos bancários. | | | | | | |
| d) Operacional | | | | | | |
| 18. Eu controlo a evolução dos negócios e verifico mensalmente se as metas estão sendo cumpridas; | | | | | | |
| 19. A gestão financeira da empresa é baseada em planilhas de custos e receitas. | | | | | | |
| 20. A empresa proporciona cursos e atividades treinamento externo para os funcionários. | | | | | | |
| 21. A rotatividade (entrada e saída) de funcionários da empresa é alta. | | | | | | |
| 22. Há definição clara das atividades que cada funcionário deve realizar. | | | | | | |
| 23. A empresa não tem dificuldades de capital de giro, necessário às atividades. | | | | | | |
| 24. A empresa prefere comprar os produtos a prazo de seus fornecedores do que buscar empréstimos bancários. | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| BLOCO III | | | | | | |
| CONDIÇÕES DO AMBIENTE | | | | | | |
| e) A satisfação do Cliente | | | | | | |
| FATORES/QUESTÕES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 25. Informações sobre necessidades e solicitações dos clientes são anotadas regularmente. | | | | | | |
| 26. A empresa está direcionada para satisfazer os clientes e ações são realizadas para esta finalidade. | | | | | | |
| 27. As opiniões dos clientes não alteram a forma como a empresa conduz os negócios. | | | | | | |
| f) Concorrência | | | | | | |
| 28. Informações sobre os concorrentes são importantes e analisadas regularmente. | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 29. A empresa conhece os pontos fortes e as fraquezas dos concorrentes. | | | | | | |
| 30. A empresa responde com rapidez às ações dos concorrentes. | | | | | | |
| g) Visão de longo Prazo | | | | | | |
| 31. O lucro é importante, mas sempre procuramos investir mais para aumentar a participação da empresa no mercado. | | | | | | |
| 32. A empresa recorre ao SEBRAE ou consultores na gestão empresarial. | | | | | | |
| 33. O proprietário acompanha o noticiário (jornais, rádios e TV) sobre a economia, diariamente. | | | | | | |
| 34. Eu participo regularmente de programas de treinamento. | | | | | | |
| 35. Por todos os fatores listados anteriormente, a minha empresa é uma empresa empreendedora e inovadora. | | | | | | |