

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

PEDRO DE JESUS CERINO

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E AS COMPRAS GOVERNAMENTAIS: Uma abordagem  
sobre a aplicação do Capítulo V da Lei 123/06, no Brasil e em Roraima

Porto Alegre

2009

PEDRO DE JESUS CERINO

**MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E AS COMPRAS GOVERNAMENTAIS:**

Uma abordagem sobre a aplicação do Capítulo V da Lei 123/06, no Brasil e em Roraima

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como quesito parcial para obtenção do grau de Mestre em Economia, modalidade Profissionalizante, do curso de Mestrado Interinstitucional UFRGS/Universidade Federal de Roraima, com ênfase em Desenvolvimento e Integração Econômica.

Orientador: Prof. Dr. Ronald Otto Hillbrecht

Porto Alegre

2009

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Responsável: Biblioteca Gládis W. do Amaral, Faculdades de Ciências Econômicas da UFRGS

C415m Cerino, Pedro de Jesus

Micro e pequenas empresas e as compras governamentais : uma abordagem sobre a aplicação do capítulo V da Lei 123/06, no Brasil e em Roraima / Pedro de Jesus Cerino. \_ Porto Alegre, 2009. 155f. :Il.

Orientador: Ronald Otto Hillbrecht

Ênfase em Desenvolvimento e Integração Econômica.

Dissertação (Mestrado profissional interinstitucional em Economia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia, Porto Alegre; Universidade Federal de Roraima, Núcleo de Estudos Avançados da Amazônia e do Caribe, 2009.

1. Políticas públicas : Microempresa : Brasil. 2. Políticas : Pequenas e médias empresas : Brasil. 3. Microempresa : Roraima. 4. Pequenas e médias empresas : Roraima. I. Hillbrecht, Ronald Otto. II. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Ciências Econômicas. Programa de Pós-Graduação em Economia. III. Universidade Federal de Roraima, Núcleo de Estudos Avançados da Amazônia e do Caribe. IV. Título.

**CDU 658.017**

PEDRO DE JESUS CERINO

**MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E AS COMPRAS GOVERNAMENTAIS: Uma**  
abordagem sobre a aplicação do Capítulo V da Lei 123/06, no Brasil e em Roraima

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como quesito parcial para obtenção do grau de Mestre em Economia, modalidade Profissionalizante, do curso de Mestrado Interinstitucional UFRGS/Universidade Federal de Roraima, com ênfase em Desenvolvimento e Integração Econômica.

Aprovada em: Porto Alegre, 20 de julho de 2009

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Mauro Luiz Schmitz Ferreira  
Universidade Federal de Roraima

---

Prof. Dr. Alan Alexander Mendes Lemos  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Verçulina Firmino de Souza  
Universidade Federal de Roraima

### **Dedico**

Aos meus pais Afonso José Cerino e Tereza de Jesus Corrêa Cerino, com gratidão.

A minha avó Maria Julia Corrêa, com muito respeito e carinho.

Aos meus filhos Viviane Kátia Moreira dos Santos Cerino, Juliane Kátia Moreira dos Santos Cerino e Pedro Lins Cerino com todo o meu amor.

A minha sempre amiga e companheira esposa Etiane Kátia Moreira dos Santos Cerino com todo o meu amor.

## AGRADECIMENTOS

Ao Grande Arquiteto do Universo que é Deus, pela vida e a possibilidade da aprender a cada dia.

Ao meu pai Afonso José Cerino, por mostrar a importância do trabalho, do conhecimento e da honestidade. A minha mãe Tereza de Jesus Corrêa Cerino, pelo esforço, carinho, apoio e compreensão e dedicação com que criou os seus filhos.

A minha sempre amiga, companheira e esposa Etiane Kátia Moreira dos Santos Cerino, pela tolerância, apoio, carinho, compreensão, solidariedade e por estar sempre ao meu lado para que eu pudesse concluir mais este desafio. As minhas filhas Viviane Kátia Moreira dos Santos Cerino, Juliane Kátia Moreira dos Santos Cerino e meu filho Pedro Lins Cerino que motivam minha disposição em vencer obstáculos, dar-lhes o que for de melhor e com dignidade.

Aos meus amigos Paulo Roberto de Abreu e Jaira Oliveira de Abreu pela acolhida, apoio e incentivo que recebi nos momentos decisivos, quanto a minha participação no estágio do Mestrado em Porto Alegre - RS.

A Diretoria Executiva do SEBRAE-RR, Dir. Paulo Roberto Oliveira de Vasconcelos, Rodrigo de Holanda Meneses Jucá e Alexandre Henklain Fonseca, pelo apoio recebido para participar deste Curso de Mestrado.

A equipe do NECAR, em especial à Prof<sup>a</sup>. MSc. Ana Zuleide Barroso da Silva pela garra e determinação em conduzir os trabalhos do Núcleo. Ao Prof. Ao Prof. MSc. Haroldo Eurico Amoras dos Santos e Dr. Edson Damas da Silveira que atuaram como maestros, conselheiros e grandes articuladores juntos às instituições parceiras. Ao Prof. Dr. Alberto Martin Martinez Castañeda pela disposição em apoiar o grupo em todos os momentos do curso. Ao Prof. Dr. Ronald Otto Hillbrecht pela orientação e amizade dispensada. Aos demais colaboradores do NECAR, Nilton da Costa Braga, Luzileide Correia Lima e Rosiclede Lobo.

Aos meus amigos Charles Barbosa Mendes, Paulo Roberto Oliveira de Vasconcelos, Romanul de Souza Bispo, Francisco Lima Batista, Luiz Cláudio de Jesus Silva, Luciana Silva de Souza, Adriano Ramos Remor, Cláudia Raquel de Mello Francez, Ingrid Cardoso Caldas, Antonio Marques de Oliveira, Rodrigo Cardoso Furlan e Edileuza Lopes Sette Silva, pela companhia e companheirismo.

## RESUMO

O Brasil enfrenta o desafio de criar mais emprego e ampliar a geração de renda. O desenvolvimento dos pequenos negócios é condição fundamental para que esses objetivos sejam atendidos, pois são intensivos em postos de trabalho e estão em todos os municípios do país. A sociedade por meio do segmento das Micro e Pequenas Empresas prepararam uma proposta, amplamente discutida, tecnicamente elaborada e longamente negociada. A Lei Geral é o novo Estatuto Nacional das Micro Empresas e das Empresas de Pequeno Porte, Instituído pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, vem estabelecer normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às Microempresas - ME e Empresas de Pequeno Porte - EPP no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Esta Lei vai preparar o Brasil para uma política efetiva de apoio promoção do desenvolvimento, da competitividade e prosperidade. Unifica impostos e contribuição da União, de Estados e Municípios, dispensa o cumprimento de certas obrigações trabalhistas e previdenciárias, facilita o acesso ao crédito ao mercado, confere preferência nas compras públicas para as empresas de pequeno porte e estimula a inovação tecnológica, entre outros benefícios. A utilização do poder de compra governamental significa dar uma função econômica e social à demanda por bens e serviços da administração pública, potencializando o papel do estado como promotor de políticas redistributivas e indutor do desenvolvimento econômico. A atual perspectiva de alterações na legislação brasileira sobre compras governamentais, as análises das experiências internacionais e, principalmente, das experiências bem sucedidas de governos estaduais, corroboram para a viabilidade de se utilizar o poder de compra do Estado de Roraima como um instrumento alternativo na busca pelo desenvolvimento econômico sustentável das Micro e Pequenas Empresas. Através dos dados sobre as compras governamentais do Estado de Roraima, verificou-se que não existe uma política de incentivos para que as compras sejam feitas localmente. Poucas MPE's participam da vendas para órgãos públicos. Quanto à dinâmica interna das compras governamentais, apurou-se um elevado desconhecimento por parte dos gestores públicos sobre a importância e o papel que às MPE's exercem na economia do estado. Despreparo dos empresários sobre o tema "Compras Públicas" e o que a empresa precisa para participar das licitações. E ainda um sentimento de pequenez dos empresários respondentes, diante dos concorrentes que participam das vendas para a administração pública.

Palavras-chave : Desenvolvimento Regional. Desigualdade Distributiva. Poder de Compra do Estado. Políticas Públicas.

## ABSTRACT

The Brazil faces the challenge of creating more jobs and increase the generation of income. The development of small businesses is fundamental condition for which these objectives are met, as they are in intensive jobs, and are in all the municipalities of the country. The society through the segment of Micro and Small Enterprises, prepared a proposal, widely discussed, technically elaborate and extensively negotiated. The General Law is the new Statute of the National Micro and Small Enterprises in Porte, set up by Complementary Law No 123 of December 14, 2006, has established general rules to different treatment and favored to be waived and the Micro-ME Companies Small Porte de - EPP under the Powers of the Union, the states, the Federal District and Municipalities. The General Law will prepare Brazil for an effective policy to support the promotion of development, competitiveness and prosperity. It will bring to society and especially for small businesses a number of improvements. The General Law unifies tax and contribution of the Union of states and municipalities, waiver of compliance with certain obligations and labor schemes, facilitates access to credit to the market, gives preference in government purchases for enterprises of small and stimulates technological innovation, among other benefits. The use of government purchasing power means a function to social and economic demand for goods and services of public administration, strengthening the role of the state as promoter of redistributive policies and inducing economic development. The current view of changes in Brazilian legislation on government purchases, the analysis of international experiences, particularly the successful experiences of state governments, support for the viability of using the purchasing power of the state of Roraima as an alternative in the search the sustainable economic development of Micro and Small Enterprises. Using data on government purchases of the State of Roraima, we found that there is no policy of incentives for the purchases to be made locally. Few MEPs participate in sales to public bodies. As for the internal dynamics of government purchases, it was found that there is no knowledge ignorance by public managers on the importance and the role of the MEPs in the exercise of the state economy. Unpreparedness of entrepreneurs on "Public Procurement" and that the companies need to participate in bidding. And yet a sense of small entrepreneurs of respondents, ahead of competitors that participate in sales to the government.

Key words: Regional Development. Unequal Distribution. Purchasing Power of the State. Public Policies.



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Taxa de mortalidade de MPE's constituídas em 2005	63
Gráfico 2 - Perfil dos Empresários	64
Gráfico 3 - Motivos para a constituição da empresa	65
Gráfico 4 - Experiência anterior ou conhecimento do ramo de negócio	66
Gráfico 5 - Atividades Exercidas após o fechamento da Empresa	66
Gráfico 6 - Porte da Empresa	67
Gráfico 7 - Origem dos Recursos para abrir a empresa	68
Gráfico 8 - Faturamento bruto anual	69
Gráfico 9 - Motivos para a empresa extinta não dar baixa dos atos constitutivos	70
Gráfico 10 - Fatores de Sucesso das empresas ativas	71
Gráfico 11 - Áreas de conhecimento importantes para as empresas	72
Gráfico 12 - Dificuldades no gerenciamento da empresa ativa e Razões para o fechamento da empresa – empresas extintas	73
Gráfico 13 - Síntese dos problemas e das principais reivindicações dos representantes das MPE's	82
Gráfico 14 - Tempo de vida da Empresa	98
Gráfico 15 - Contando com o(a) Sr. (a), quantas pessoas trabalham na empresa?	99
Gráfico 16 - Em qual setor sua empresa trabalha?	100
Gráfico 17 - Função do respondente dentro da empresa?	101
Gráfico 18 - Grau de escolaridade dos respondentes	102
Gráfico 19 - Pensando no faturamento anual da empresa, o valor pago pelo Governo equivale a que percentual do total?	104
Gráfico 20 - O(A) Sr.(a) gostaria de vender novamente para o Governo Estadual?	105
Gráfico 21 - A empresa do(a) Sr. (a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual?	106
Gráfico 22 - A empresa do (a) Sr. (a) tentou vender ou prestar serviços para algum órgão do Governo Estadual nos últimos 2 anos?	107
Gráfico 23 - Por que a empresa do (a) Sr. (a) não vendeu para o Governo?	108
Gráfico 24 - A empresa do(a) Sr. (a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual?	108
Gráfico 25 - Correlação entre os quesitos 2.13 (vendedoras) e o 3.3 (não vendedoras) - A empresa do senhor(a) está apta para vender para o governo?	109
Gráfico 26 - O(A) Sr. (a) participa de entidades empresariais?	112
Gráfico 27 - O(A) Sr. (a) participa de Conselhos Estadual, Municipais e Fóruns de Desenvolvimento regionais	113
Gráfico 28 - O(A) Sr. (a) colabora com a melhoria dos serviços públicos de sua região	114
Gráfico 29 - Quanto a eleições o(A) Sr. (a) procura conhecer as idéias dos candidatos, estimulando os debates e apresentando sugestões para os mesmos?	114

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Informalidade nos setores econômicos	80
Quadro 2 - Aspectos Demográficos do Estado de Roraima – anos de 1980, 1991, 2000 e 2005	91
Quadro 3 - Aspectos Econômicos do Estado de Roraima dos anos de 1994, 1998, 1999, 2000, 2001 e 2002	92
Quadro 4 - Receitas – Arrecadação por fonte dos anos de 2003 a 2005	93
Quadro 5 - Despesas Governamentais do Estado de Roraima, anos de 2003 a 2005	94

## LISTA DE SIGLAS

ABASE - Associação Brasileira dos SEBRAEs Estaduais  
AM – Amazonas  
BIBB - Instituto Federal de Treinamento Vocacional da Alemanha  
BID - Banco Mundial, Banco Interamericano de Desenvolvimento  
BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social  
CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados  
CDCs - Companhia de Desenvolvimento Credenciada do EUA  
CDEs - Conselhos Deliberativos Estaduais (CDEs)  
CE – Ceará  
CEPAL - Comissão Econômica para a América Latina  
CINOP - Organização privada da Holanda voltada ao atendimento às MPE's  
CNI - Confederação Nacional das Indústrias  
CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica  
CONFINS – Contribuição para fins Social  
CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido  
DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos  
EBTP - Painel de Consulta de Empresas Europeias  
ECINF- Economia Informal Urbana  
EPP - Empresas de Pequeno Porte  
ES – Espírito Santo  
EURES - Portal Europeu da Mobilidade Profissional da Europa  
EVC - O Reconhecimento de Competências Adquiridas da Holanda  
EXIMBANK - Departamento de Comércio Exterior dos Estados Unidos da América  
FAT - Fundo de Amparo ao Trabalhador  
FIESP – Federação das Indústrias do estado de São Paulo  
Fit for the euro - Um guia para as PME  
FRAM – Programa de desenvolvimento de estratégia e de gerenciamento da Noruega  
FUNCEX - Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior  
GEM - Global Entrepreneurship Monitor  
GER – Governo do Estado Roraima  
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
ICEX - Câmara Espanhola de Comércio em colaboração com o Instituto Espanhol de Comércio Exterior  
ICMS – Imposto Sobre Mercadorias e Serviços  
INFPC - Institut National pour la Formation Professionnelle Continue de Luxemburgo  
INSS – Instituto Nacional da seguridade Social  
IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados  
IPV - Informações Pautais Vinculativas  
IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica  
ISS – Imposto sobre Serviços  
LAIO - Linha de Ação Inovação Organizacional de Portugal

LLCs - Companhias de responsabilidade limitada dos EUA  
MA – Maranhão  
MDIC - Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior  
ME – Micro empresa  
Monampe - Movimento Nacional das Micro e Pequenas Empresas  
MPE´s – Micro e Pequenas Empresas  
MTE - Ministério do Trabalho e Emprego  
NAICS - North American Industrial Classification System dos EUA  
NASA - National Aeronautics and Space Administration  
NS/NR – Não soube ou não respondeu  
OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico  
OEA - Organização dos Estados Americanos  
OLAMP - Organizacion Latinoamericana de La Micro, Pequena y Média Empresa  
OMC - Organização Mundial do Comércio  
PASEP – Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público  
PE – Pernambuco  
PED - Pesquisa de Emprego e Desemprego  
PIB – Produto Interno Bruto  
PIPE – Plano de Iniciação em Promoção no Exterior da Espanha  
PIS – Programa de Integração Social  
PME's – Pequenas e Médias Empresas  
PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios  
PR – Paraná  
Proger - Programa de Geração de Emprego e renda  
Rais - Relação Anual de Informações Sociais  
RJ – Rio de Janeiro  
SBDCs - Centros de Desenvolvimento da Pequena Empresa (Small Business Development Centers)  
SC – Santa Catarina  
SCORE – Assessores às Pequenas Empresas dos EUA (Counselors to America's Small Business)  
SCORE - O programa de Assessores às Pequenas Empresas dos Estados Unidos (SCORE)  
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio AS MICRO e Pequenas Empresas  
SEFAZ – Secretaria de Estado da Fazenda  
SENAC – Serviço Nacional do Comércio  
SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial  
SEPLAN – Secretaria de Estado de Planejamento e Desenvolvimento  
SIASG - Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais do Governo Federal  
SICAF - Sistema de Cadastro dos Fornecedores  
Skillnets – Empresa formada com representante da classe de empresários e de trabalhadores da Irlanda  
SPE - Empresa Privada Européia (também conhecido como “Societas Privata Europaea”)  
TEA – é o mesmo que estágio nos negócios  
TED - Informação sobre concursos de contratos públicos europeus  
TRIS - Sistema de informação sobre regulamentos técnicos da Europa  
UE - Centro de Cooperação Industrial UE – Japão  
UF – Unidade da Federação

USEACS – Centros de Assistência à Exportação dos Estados Unidos (US Export Assistance Centers)

VAP - Validation des acquis professionnels da França

WBCs - Centros de Empresas de Mulheres (Women's Business Centers) dos EUA

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b>	13
2	<b>HISTÓRIA, CONCEITOS DE EMPREENDEDOR, EMPRESA, MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA ECONOMIA MUNDIAL, ANÁLISE COMPARATIVA E COMPETITIVIDADE SETORIAL</b>	17
2.1	O EMPRESÁRIO E A TEORIA ECONÔMICA	18
2.2	ATRIBUTOS QUE DEVE TER UM EMPRESÁRIO	24
2.3	CONCEITO, HISTÓRICO E FASES DA EMPRESA	26
2.4	DESENVOLVIMENTO E HISTÓRICO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – MPES	28
3	<b>POLÍTICAS DE INCENTIVOS ADOTADAS EM ALGUNS PAÍSES VOLTADOS AO APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS</b>	29
3.1	AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA EUROPA	29
3.2	PEQUENA E MÉDIA EMPRESA NOS ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA – EUA	40
3.3	AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA ÁFRICA DO SUL	48
3.4	MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA AMÉRICA LATINA	50
4	<b>O CENÁRIO NACIONAL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL</b>	54
4.1	FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DESENVOLVIDAS PELO GOVERNO BRASILEIRO VOLTADOS AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	73
5	<b>MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E AS COMPRAS GOVERNAMENTAIS. UMA ABORDAGEM SOBRE A APLICAÇÃO DO CAPÍTULO V, DA LEI 123/06, NO BRASIL E EM RORAIMA</b>	84
5.1	A EFETIVAÇÃO DAS POLÍTICAS DE INCENTIVO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL	84
5.2	O USO DE PODER DE COMPRA DO GOVERNO FEDERAL BRASILEIRO E OS RESULTADOS PRÁTICOS	87
5.2.1	Legislação de alguns Estados e Municípios Brasileiros	89
5.3	O ESTADO DE RORAIMA E AS IMPLICAÇÕES DA LEI123/06, NAS COMPRAS PÚBLICAS DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	92
5.3.1	As Micro e Pequenas Empresa no Estado de Roraima	94
5.4	DA PESQUISA DE CAMPO E OS RESULTADOS APURADOS	96
6	<b>CONCLUSÃO</b>	116
	<b>REFERÊNCIAS</b>	123
	<b>Apêndice A</b> – Questionário da Pesquisa - Compras Governamentais no Estado de Roraima	134
	<b>Apêndice B</b> – Resultado da Pesquisa - Compras Governamentais no Estado de Roraima	141

## 1 INTRODUÇÃO

A preocupação com a sustentabilidade das Micro e Empresas de Pequeno Porte no país é o principal motivo que me leva a encarar o desafio de pesquisar a atuação do Poder Público no fortalecimento das contratações com esses segmentos empresariais.

A capacidade que o Estado possui de induzir o desenvolvimento econômico através da utilização de seu poder de compra pode ser mensurada pela participação relativa das compras governamentais no total das riquezas produzidas no País.

A utilização do poder de compra como instrumento de desenvolvimento regional, para a promoção de políticas públicas locais redistributivas, foco deste trabalho, não implica em abrir mão dos outros potenciais benefícios da utilização do poder de compra estatal. Muito pelo contrário, os mecanismos de incentivos à inovação tecnológica e melhoria de qualidade e produtividade não devem ser deixados de lado quando utilizamos as compras governamentais para fomentar a demanda de empresas que se encontrem localizadas no Estado com certo nível de especialização produtiva.

Precisa estabelecer critérios que se enquadrem dentro da realidade e capacidade de absorção das empresas, para as compras governamentais, de maneira que forcem ou privilegiem a inovação e a competitividade de seus produtos e serviços. Sob a pena destas empresas se tornarem defasadas dentro do mercado nacional e internacional.

No estado de Roraima a realidade é a mesma enfrentada em outros estados, ausência de Políticas voltadas ao fortalecimento das compras governamentais de Micro e Pequenas Empresas. Tentando esclarecer esse assunto foram elaborados alguns questionamentos conforme descritos abaixo:

- a) É difícil vender para o poder público em Roraima?
- b) Porque o Poder Público deve comprar mais de Micro e Pequenas Empresas?
- c) Quais os desafios que os empresários das Micro e Pequenas Empresas enfrentam para participar da fatia das compras públicas?
- d) Porque os Gestores públicos responsáveis pelas contratações públicas compram tão pouco das MPE's?

e) Que mudanças se espera na economia, sociedade, renda e emprego com a aplicação de Políticas Públicas voltadas as Compras Governamentais das MPE's?

f) Será possível haver uma mudança na cultura empreendedora, um aumento no emprego e renda com essas políticas de incremento nas Compras Públicas de MPE's?

**Objetivo Geral** - demonstrar que as contratações do Poder Público efetuadas com às Micro e Empresas de Pequeno Porte, poderão interferir na economia dos Municípios e no estado de Roraima e propor requisitos necessários para o desenvolvimento de estratégias utilizando-se o poder de compra como instrumento de desenvolvimento e qualificação de fornecedores de micro e pequenas empresas.

**Objetivos Específicos** - Apontar as conseqüências sociais e econômicas da atividade das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, destacando o caso das compras públicas.

a) Identificar o volume de contratação de bens, serviços e cifras envolvidos nessas atividades, dando ênfase no desenvolvimento regional e a promoção de políticas públicas locais redistributivas;

b) Avaliar a influência do poder de compra dos governos e sobre a economia local no Estado de Roraima;

c) Apresentar as principais experiências de alguns governos na utilização do poder de compra governamental como instrumento de desenvolvimento regional.

d) Uma análise das principais medidas adotadas pelo Governo Federal em relação ao seu processo de compras.

A dimensão regional tratada neste trabalho refere-se ao município de Boa Vista (capital) que possui em torno de 99% dos negócios que circulam no Estado.

Será analisado qual a importância que o poder de compra estatal pode auferir como instrumento de desenvolvimento dos Micro e Pequenos Negócios, com foco nos dispositivos previstos deste Novo Estatuto das MPE's<sup>1</sup>.

Neste estudo será utilizado o método de pesquisa tipo exploratória e descritiva, que permite o desenvolvimento de hipóteses e proposições, buscando aprofundar teoricamente o tema e demais assuntos que cercam o objetivo desta pesquisa.

---

<sup>1</sup> Lei Complementar nº 123/06, Novo Estatuto das Micro e Pequenas Empresas do Brasil, popularmente conhecida como Lei Geral.



Para a obtenção de dados e ou informações empíricas, serão utilizados procedimentos sistemáticos, que irão fundamentar as descrições quantitativas e qualitativas sobre o tema em estudo, para as quais se devem conceituar suas inter-relações. Dentre outros procedimentos utilizados para a obtenção de dados citamos: pesquisas de bibliografias sobre o tema, as entrevistas, observação dos empresários de Micro e Pequenas Empresas, dos Gestores Públicos participantes das compras públicas e análise de conteúdos.

Os aspectos metodológicos estarão fundados em três fontes principais: pesquisa bibliográfica, dados primários e secundários.

A pesquisa bibliográfica abrange a literatura geral pertinente à história, conceitos de empreendedorismo, micro e pequenas empresas. O papel desse segmento na economia de alguns países, com ênfase na do Brasil, análise e competitividade estratégica, globalização e mercado mundial, incentivos fiscais, créditos e compras públicas, dificuldades encontradas, além de alguns exemplos exitosos relacionadas com o assunto.

As fontes de dados primárias e qualitativas serão geradas através de questionários, aplicados para um determinado grupo de empresas, num total de 60 empresas formais do estado. Desses 55 foram validados, representando aproximadamente 0,7% do total de empresas existentes neste Estado. O perfil deste grupo de empresas tinha, obrigatoriamente, as características de serem potenciais fornecedores para o poder público.

Utilizou-se a análise estatística descritiva e do teste de hipótese “qui-quadrado” para proceder a análise dos dados. O papel principal da análise estatística é estabelecer se os resultados obtidos têm significância estatística, de acordo com os limites pré-estabelecidos.

Já as fontes de dados secundários, relacionadas às compras públicas realizadas por esses segmentos, quanto a valores efetivos e volume serão coletadas pelos dados disponibilizados pelo Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Ministério de Planejamento e Gestão, Orçamento, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Confederação Nacional das Indústrias (CNI), Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), entre outras entidades ligadas diretamente ao setor de MPE's.

O trabalho foi estruturado sistematicamente em cinco capítulos: O primeiro se constitui nesta introdução. O segundo descreve a fundamentação teórica do pensamento econômico sobre a história os conceitos do que vem a ser empreendedor e empresa; o papel das MPE's na economia mundial, análise comparativa e competitiva na visão de alguns estudiosos. No terceiro mostrará a

participação desse segmento na economia de alguns países que mantêm políticas de compras como a que está sendo adotada no Brasil. No capítulo quarto será abordado o panorama das empresas na economia brasileira. Por último, no quinto capítulo, será feita uma avaliação do posicionamento estratégico das MPE's no estado de Roraima, quanto à participação nas compras públicas (consolidação dos dados da pesquisa de campo, avaliação estatística e a apresentação dos resultados). A posição das políticas públicas do Estado; quais os impactos que poderão ocorrer com o fomento nas compras públicas de Micro e Pequenas Empresas e algumas considerações a partir dos resultados da pesquisa.

## 2 HISTÓRIA, CONCEITOS DE EMPREENDEDOR, EMPRESA, E ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA ECONOMIA MUNDIAL

O principal objetivo deste capítulo será buscar os fundamentos da história e os conceitos de empreendedor, empresa, às micro e pequenas empresas na economia mundial, fazendo uma análise comparativa e competitiva desse setor, na visão de alguns estudiosos do assunto.

Este referencial teórico terá fundamental importância para analisar às micro e pequenas empresas na economia de alguns países, além de facilitar a elaboração e a interpretação dos resultados obtidos a partir da pesquisa realizada com esse segmento, referente ao tema em estudo.

Alguns estudiosos<sup>2</sup> identificaram que o termo empreendedorismo apareceu pela primeira vez na língua francesa no século XVI, e por volta de 1800 o economista Francês Jean Batista Say (1983), utilizou novamente. Já nessa época se considerou Empreendedor àquele que reunia todos os fatores de produção.

Peter Ferdinand Drucker (1986: 27) disse que “o empreendedor transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento.”

Foi Joseph A. Schumpeter (1982) quem associou o empreendedorismo à inovação: “a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades dos negócios [...]’ sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a combinações” (Schumpeter, apud Fillion, 1999, p. 12). Ao criar o novo o empreendedor destrói o antigo, em um processo conhecido como destruição criativa. Estabeleceu formas de fazer negócios pela criação de novas e melhores maneiras de fazê-las.

Para David McClelland (2008), empreendedor é alguém que exerce controle sobre produção que não é só para seu consumo pessoal.

Jeanne Holden (2007) disse que mesmo alguns economistas e empresários discordem em alguns aspectos em relação às definições, a maioria concorda que o empreendedorismo é

---

<sup>2</sup> Artigo “COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DOS PROPRIETÁRIOS DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS”; elaborado por Eloni José Salvi, Mestre, Centro Universitário UNIVATES, Sandro Nero Faleiro, Mestre, Centro Universitário UNIVATES, Cristina Marmitt, Mestre, Centro Universitário UNIVATES, Ana Lúcia Bender Pereira, Mestre, Centro Universitário UNIVATES, e Marlon Dalmoro, aluno de Administração, Centro Universitário UNIVATES.

fundamental para estimular o crescimento econômico e causam o aumento das oportunidades de emprego em todas as sociedades. Acrescenta-se, ainda, que às micro e pequenas empresas bem sucedidas são as principais geradoras de emprego e renda nos países desenvolvidos, como também, o vetor de redução de pobreza e de inclusão social.

Alguns economistas dizem que empresário é aquele que está disposto a assumir o risco de um novo empreendimento se houver uma oportunidade significativa para o lucro. Outros enfatizam o papel do empresário como um inovador que comercializa sua inovação. Outros descrevem que os empresários desenvolvem novos produtos ou processos de acordo com as exigências do mercado e que não são atualmente oferecidos (oportunidades).

Na Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) se afirmou, em 2003, que: "As políticas para fomentar o espírito empresarial são essenciais para a criação de emprego e crescimento econômico". Que os gestores públicos, chamados por eles de "Funcionários do governo" podem fornecer incentivos para que encorajem os empresários/empreendedores para tentar novos empreendimentos de risco. Entre estas estão às leis que fazem valer esses direitos de incentivar um mercado competitivo.

A cultura de uma comunidade/sociedade pode influenciar no empreendedorismo. Torna a iniciativa empresarial **mais** ou **menos** gratificante. Quando se concede mais incentivos e ou benefícios para as empresas que estão num patamar mais elevado, podem desencorajar a iniciativa empresarial de pequenos.

## 2.1 O EMPRESÁRIO E A TEORIA ECONÔMICA

Na teoria econômica a figura do empresário foi apresentada de diferentes maneiras. Joseph Schumpeter comentou que na medida em que na teoria econômica aparece à figura do empresário ganha um papel destacado. Richard Cantillon e Jeremy Bentham que fizeram uma abordagem que antecipam as contribuições de Frank Knight e Schumpeter. As posições de Karl Marx; as formulações de Thorstein Veblen e Werner Sombart, sugerindo a ascensão e queda da figura heróica do empresário.

Na história do homem, ao longo do tempo, buscou-se fixar seus heróis fundadores, que possuíam valores como: a força, a inteligência, a prudência, a ousadia, a inventividade que fazem parte de um repertório por ser considerada a base do desenvolvimento material e espiritual da humanidade. Na mitologia grega o primeiro grande personagem que apareceu foi Odisseu<sup>3</sup>, o outro mito era Prometeu<sup>4</sup>, que se tornou quase um arquétipo do espírito empreendedor, da invenção e da criatividade. Já o mito de Fausto é indisfarçável a sombra, a presença do trágico, da negatividade.

A teoria da ideologia nos ensina que se a dominação social depende de um aparato repressivo capaz de garantir a propriedade e a ordem. Os economistas atuais elegeram alguns heróis burgueses, destacando Henry Ford e Bill Gates.

Nas teorias econômicas convencionais o papel empresário permaneceu por muito tempo ausente ou negligenciado, Mark Casson (1990: 13) comentou que se ele é figura que ocupa lugar destacado nos debates sobre política econômica ou desenvolvimento, sua função nos modelos e teorias microeconômicas quando aparecem, é secundária.

Além de Mark Casson (1990), William Baumol Baumol (1968: 67) disse que era muito curioso esse descaso com a figura do empresário na teoria neoclássica da firma. A empresa deve decidir sobre quantidades e preços de insumos e produtos, de modo a maximizar seu retorno, tomando por base um conjunto conhecido de funções de produção que relacionam de modo determinado os insumos e produtos. Ou seja, executa uma série de cálculos, reagindo às mudanças externas do ambiente econômico, de modo a assegurar-se de que continuará maximizando seu resultado.

Na história do pensamento econômico a figura do empresário pode ser encontrada na obra dos clássicos do século XVIII e XIX, como Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Alfred Marshall. Mais recentemente, ele aparece, mas não de modo exclusivo, nos textos de autores que se colocaram à margem do *mainstream*<sup>5</sup> – Schumpeter, Veblen, os economistas da escola austríaca.

Schumpeter e Knight (1921) são considerados os representantes das duas principais vertentes analíticas que abordaram o assunto. A primeira define o empresário como aquele

<sup>3</sup> Odisseu – herói grego, era rei de Ítaca e filho de Laerte e Anticleia.

<sup>4</sup> Prometeu – diz a lenda que foi um titã da mitologia grega que roubou o fogo (sabedoria e ciência) dos céus.

<sup>5</sup> *Mainstream* – é o pensamento corrente da maioria da população. algo que é comum ou usual; algo que é familiar às massas; que está disponível ao público geral; tem laços comerciais; que está na moda. (a tradução é do autor deste trabalho).

indivíduo cuja função é inovar, a outra ele é aquele que toma decisões em situações que envolvem incerteza. Com base nesses conceitos, o papel do empresário não pode ser confundido com o do administrador, pois enquanto o primeiro empreende um negócio que incorpora uma nova idéia, o administrador se limita a gerir uma atividade já em curso. Outro é a com o inventor, que é alguém que produz idéias, enquanto que o empresário faz com que as coisas aconteçam, sem se importar se isso envolve conhecimento científico novo. Daí surge à distinção entre invenção e inovação.

Schumpeter (1982: 54; 92) traçou uma diferença entre o empresário e o capitalista (o proprietário dos meios de produção). A atividade inovadora envolve sempre o lidar com situações desconhecidas, incertas; o empresário não é aquele que corre riscos: “o risco obviamente recai sobre o proprietário dos meios de produção ou do capital (dinheiro) que foi pago por eles.

Na obra de Frank Knight (1964)<sup>6</sup> encontramos uma abordagem analítica diferente da schumpeteriana, que concebe a função empresarial exatamente como a de quem corre riscos. Ele apresenta a distinção entre o risco mensurável e a incerteza. Os homens poderiam fazer as coisas de um modo automático numa situação ideal, onde não houvesse incerteza. Já nas incertezas a execução de tarefas, torna-se uma atividade secundária e o que importa é decidir o “que” e o “como” fazer. Nesse caso, o reconhecimento da incerteza provoca mudanças na organização da sociedade.

A origem, do termo empresário remonta ao século XVIII, quando aparece pela primeira vez em um texto de teoria econômica: citado por Cantillon (1952: 29-30)<sup>7</sup> ao discutir a composição dos habitantes de um Estado, ele divide os indivíduos entre independentes (os proprietários de terras e o príncipe) e dependentes (todos os demais, porque subsistem do produto da terra, que é propriedade dos primeiros). Distingue duas classes entre os indivíduos dependentes: os empresários e os assalariados. O que caracteriza os assalariados é que eles dispõem de um rendimento certo ao longo do tempo, pouco importando se esse rendimento é um salário, pensão ou soldo. Todos os demais tenham ou não um capital próprio, quer se tratem de fazendeiros,

---

<sup>6</sup> Por analogia Knight (1921: 271) divide toda a renda da sociedade em dois tipos: renda contratual ou aluguel (“rent”) e renda residual ou lucro. Os créditos deste estudo vão para Julio Antonio de Paula, Hugo E. A. da Gama Cerqueira e Eduardo da Motta e Albuquerque – Texto para Discussão n 133 – Teoria Econômica, Empresário e Metamorfose na Empresa Industrial, 2000.

<sup>7</sup> Cantillon - O *Ensaio* foi escrito provavelmente por volta de 1730, mas só foi publicado em 1755. A prioridade de Cantillon no emprego do conceito é reconhecida por Casson (1986: 151) e Schumpeter (1994: 555).

comerciantes, artesãos ou prestadores de serviços são empresários, porque **vivem de modo incerto**.<sup>8</sup>

Say é considerado o primeiro a reconhecer a função econômica do empresário.<sup>9</sup> Na obra “Tratado de Economia Política”, o empresário é representado como aquele que, aproveitando-se dos conhecimentos postos à sua disposição pelos cientistas, reúne e combina os diferentes meios de produção para criar produtos úteis.

Para os autores ingleses e, em particular, Adam Smith (1982)<sup>10</sup>, teria falhado ao não distinguir a figura do empresário, identificando seu papel ao do capitalista.<sup>11</sup>

Na obra a “Riqueza das Nações”<sup>12</sup> o conceito de empresário aparece sob três diferentes formas: como *adventurer*<sup>13</sup>, o *projector*<sup>14</sup> e o *undertaker*<sup>15</sup>.

Smith, que foi considerado o filósofo da moral, atribui à virtude estóica da prudência, que o impede de aprovar as ações daqueles que especulam com idéias e projetos arriscados. Essa posição lhe rendeu a crítica de Bentham (1987), para quem o *projector* é aquele que, ao introduzir inovações, promove o desenvolvimento da sociedade. É o ponto de partida daquela vertente schumpeteriana de compreensão do papel do empresário<sup>16</sup>.

Na obra de Marx (1968: 688-882), a realidade capitalista, não há lugar para vontades e desejos, sonhos, ações dos capitalistas, que não estejam sujeitos à lógica da acumulação do capital. Diz que ainda: “O capitalista só possui um valor perante a história e o direito histórico à existência enquanto funciona personificando o capital.” E ainda, analisou uma realidade onde o

<sup>8</sup> Analogamente, Knight (1921: 271) divide toda a renda da sociedade em dois tipos: renda contratual ou aluguel (“*rent*”) e renda residual ou lucro.

<sup>9</sup> Ver: Schumpeter (1994, e Dobb (1934).

<sup>10</sup> Ver: SMITH, Adam, 1723-1790: A RIQUEZA DAS NAÇÕES

<sup>11</sup> Essa visão remonta ao próprio Say (1983: 85): “Os ingleses não tem uma palavra equivalente a empresário industrial. É isso, talvez, que os impediu de distinguir, nas operações industriais, entre, de um lado, o serviço que presta o capital e, de outro, o serviço que presta, por sua capacidade e talento, aquele que emprega o capital.”

<sup>12</sup> SMITH, Adam, 1723-1790: A RIQUEZA DAS NAÇÕES

<sup>13</sup> Empresário *Adventurer* - pode ser conceituado como aventureiro ou especulador. Indivíduo que especula seu capital em empreendimentos difíceis e arriscados.

<sup>14</sup> Empresário *Projector* - significa tanto aquele que faz maquinações para trapacear ou roubar, quanto aquele que realiza planos ou executa uma “invenção honesta”.

<sup>15</sup> Empresário *Undertaker* – é o que se dedica a realizar projetos, mas ao contrário do *projector*, age sempre com prudência e moderação. O homem prudente.

<sup>16</sup> Pesciarelli (1989) chama atenção para o fato de que, dos cinco tipos de inovação citados por Schumpeter na *Teoria do Desenvolvimento Econômico*, ao menos quatro são mencionados por Bentham: a abertura de novos mercados, a descoberta de novas fontes de suprimentos, a produção de um novo bem e a introdução de um novo método de produção.

capitalista pioneiro, o introdutor de inovações, tinha grandes dificuldades, muitas vezes sendo forçado a abandonar o negócio para outros.

A valorização e o reconhecimento do papel social do empresário, no pensamento econômico do final do século XIX e início do XX, começaram e ter destaques. Como já citados neste item, os autores como Marshall, Sombart, Veblen, Schumpeter e Keynes destacaram que o empresário era uma personagem muito importante para a econômica moderna.

O empresário é visto por Marshall como um organizador da produção, o que corre riscos e por isso merecedor do lucro; quanto ao capitalista, o proprietário do capital-dinheiro, ao emprestá-lo padeceria de abstinência a qual seria recompensada com o recebimento de juros.

Keynes teve uma visão crítica do papel do capitalista, como merecedor de eutanásia tão “piedosa” quando necessária para o crescimento da renda e do emprego.

Sobre este mesmo tema, Schumpeter define o empresário como aquele que realiza inovações tecnológicas, dando a este conceito uma ampla gama de sentidos.

Sombart (1953: 23), em seu livro *O Apogeu do Capitalismo*, publicado em 1927<sup>17</sup>, vê o empresário, o burguês como a primeira e decisiva força motriz do capitalismo e em seu livro *O Burguês*, de 1913, o tema é desenvolvido mais amplamente<sup>18</sup>.

Veblen (1965 e 1967), considerado como o mais interessante dos economistas institucionalistas, em suas obras a *Teoria da Classe Ociosa*; em 1904, a *Teoria da Empresa Industrial* marcou o comportamento empresarial, um sentido francamente decadentista. Para ele a hegemonia do motivo negócio em relação ao motivo indústria vai acontecer em época certa, prenunciava a recessão crônica no campo econômico e a decadência moral permanente no campo sócio-cultural.

Desde as últimas décadas do século XIX, três revoluções tecnológicas ocorreram<sup>19</sup> e o poder das grandes corporações industriais cresceu. Se a teoria econômica já tinha problemas para lidar com a figura do empresário na era dos empreendimentos individuais, a emergência das grandes corporações tornou esse quadro mais complexo e difícil, levando ao surgimento de novas maneiras de tratar o tema.

Essa requalificação foi realizada de forma diferente por dois autores Penrose e Chandler que têm em Schumpeter uma referência teórica importante. Se para Schumpeter coloca-se a

<sup>17</sup> Ver: Sombart, 1984: 32-33.

<sup>18</sup> Ver: Sombart, 1953: 23.

<sup>19</sup> Ver: Freeman e Soete, 1997: 66-70.



obsolescência da função empresarial, para Penrose (1995: 31), a função empresarial é um dos serviços produtivos que alimentam o crescimento das firmas e, para Chandler (1977, 1990), o empresário é o construtor da empresa industrial moderna. Essa diferenciação é interessante para localizar as novas dificuldades da teoria econômica para lidar com o tema do empresário nos tempos das grandes corporações.

Schumpeter (1984: 175 e176) explicitou em sua obra “*Capitalismo, socialismo e democracia*” que a burguesia depende do empresário e que os “industriais, comerciantes, financistas e banqueiros estão no estágio intermediário entre a aventura empresarial e a mera administração corrente ou o domínio herdado”, o que chamou, ainda, de empresário capitalista.

Na obra de Penrose (1995)<sup>20</sup> entramos uma teoria sobre o crescimento da firma, tanto com o uma organização administrativa, como em relação aos recursos produtivos, onde ele destaca que a firma é governada por suas oportunidades produtivas e que o termo empreendedor é usado em nem sentido funcional, os serviços empresariais são contrastados com os serviços gerenciais.

Surge ainda, na obra de Penrose, uma discussão das oportunidades das pequenas firmas, que seriam constituídas, construída a partir das perspectivas dos empreendedores que possuem um pequeno capital e estão dispostos a investir na área onde vive e que não são supridas pelas médias e grandes empresas. Outra citação feita por ele foi sobre a oportunidade do surgimento de pequenas empresas pela difusão e dos conhecimentos tecnológicos. Em ambos os casos estão associados à capacidade gerencial para o crescimento da firma.

Chandler situa a figura do empresário em proprietários e administradores. Sugere a construção de uma abordagem evolucionista que considere a firma como unidade central de análise. Considera oportuno discutir três dimensões: a estratégia das firmas, sua estrutura e suas capacitações centrais. Destaca que a capacitação organizacional possibilita a dinâmica de crescimento das empresas, por ele chamada de firmas, e das indústrias onde elas estão instaladas. Já as capacitações organizacionais ele considerou que era importante para a compreensão das bases para a sustentação de uma capacidade inovadora sistêmica das grandes empresas. Sustentou ainda, que a inovação nas empresas era crucial para conquistar novos mercados.

---

<sup>20</sup> PENROSE, E. *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Oxford University (third edition), 1995.

Por último, esse autor relata em seus estudos que o papel tanto do empresário, quanto o da pequena empresa na abertura de novas indústrias tem relação com as grandes empresas inovadoras.

## 2.2 ATRIBUTOS QUE DEVEM TER UM EMPRESÁRIO

Não é qualquer um que tem perfil para ser um empresário. Empresários bem sucedidos têm diferentes idades, níveis de rendimento, sexo e raça. Diferem em educação e experiência. A maioria partilha determinados atributos pessoais, incluindo: criatividade, dedicação, determinação, flexibilidade, liderança, a autoconfiança, e "*Solutions*".

A criatividade é a mola que impulsiona o desenvolvimento de novos produtos ou serviços, ou maneiras de fazer negócios. É o impulso para a inovação. É a aprendizagem contínua, questionando, e pensando fora de fórmulas prescritas.

Já a dedicação é o que motiva o empresário a trabalhar arduamente, sem limites de horas de trabalho. Principalmente no início do empreendimento, agregados ao planejamento e as idéias.

A determinação tem que estar agregada ao desejo de alcançar o sucesso. Inclui a persistência e a capacidade de tentar várias vezes até conseguir acertar.

Jeanne Holden (2008) disse: “para o verdadeiro empresário, o dinheiro não é a motivação. Sucesso é o motivador, o dinheiro é a recompensa”. (o grifo é nosso).

O empresário deve ter Flexibilidade, pois terá a capacidade de mover-se rapidamente em resposta à evolução das necessidades do mercado.

Outro atributo de suma importância é o da Liderança, que é a habilidade de criar e definir metas a serem seguidas.

A autoconfiança vem do planejamento minucioso, o que reduz o nível de incerteza e risco. Ele também vem de especialização. Ela dá ao empresário a possibilidade de ouvir sem ser facilmente seduzidos ou intimidados.

"*Solutions*" trata de uma expressão americana que descreve o senso comum com conhecimento ou experiência em um negócio ou empreendimento relacionado. O antigo dá a uma

pessoa “instintos”, e “perícia”. Como exemplo cita uma pessoa que mantém com sucesso um orçamento de um agregado familiar possui habilidades organizacionais e financeiras.

Pode-se então afirmar que todo empresário tem essas qualidades, em diferentes graus. Mas o que acontece se uma pessoa carece de algo mais? Entendemos depois de alguns estudos, que muitas habilidades podem ser aprendidas. Existe no mercado uma infinidade de especialista que podem ser contratado para suprir essas deficiências. O ponto crucial é o empreendedor ter conhecimento dos pontos fortes e fracos e tirar partido deles.

Outra pergunta que neste trabalho procurará responder: Por que pessoas querem se tornar empresário?

Para responder o quesito acima, este estudo apontou que várias pessoas são atraídas porque vêem vantagens no empreendedorismo para começar um negócio. Muitas pessoas se sentem frustradas com seu emprego atual, por não ver qualquer perspectiva de melhora na carreira. Outras porque os perderam seus empregos. Em poucos casos, a empresa serve para complementar a renda e ou salário. Um pequeno número de empreendedores é atraído para a iniciativa empresarial pelas vantagens/oportunidade de negócios com a criação de uma nova empresa.

Nenhum dos pontos acima comentados tem mais predominância sobre o outro. Estes sentimentos não podem garantir o sucesso. No entanto, um forte desejo de iniciar um negócio, combinado com uma boa idéia, um planejamento cuidadoso, e muito trabalho, pode levar a um empreendimento atraente e lucrativo.

Por outro lado, não se pode esquecer que essa visão nem sempre é verdadeira, o empreendedorismo é uma opção atraente, porém, de alto risco. É salutar que muitas decisões e planejamentos sejam feitos antes de abrir um negócio, não importando o tamanho do empreendimento.

Algumas perguntas deverão estar presentes nessa tomada de decisão e ou planejamento:

- a) Será que o empreendedor realmente quer ser responsável por um negócio?
- b) Que produtos ou serviços devem ser à base do negócio?
- c) Qual é o mercado, e onde ele deve estar localizado?
- d) Se ele tem o potencial suficiente para gerir o negócio e os seus funcionários?
- e) Existe capital financeiro e logístico? Caso negativo, qual será a fonte?

- f) Se um indivíduo trabalhar tempo parcial ou integral para iniciar um novo negócio?  
Caso ele comece sozinho ou com parceiros.

## 2.3 CONCEITO, HISTÓRICO E FASES DA EMPRESA

A empresa é um conjunto organizado de meios com vista a exercer uma atividade particular, pública, ou de economia mista, que produz e oferece bens ou serviços, com o objetivo de atender a alguma necessidade humana.

Elas podem ser classificadas em categorias de empresas, divididas por setores econômicos, números de proprietários, tamanhos e pelo fim a que se destinam<sup>21</sup>.

Sintetizando, abaixo serão demonstradas as fases evolutivas das empresas:

- a) Fase artesanal:** Antiguidade até a revolução industrial 1780 - os primeiros sistemas de produção estavam ligados ao artesanato e agricultura. A mão-de-obra era intensiva e não qualificada. Os produtos e serviços excedentes (sistema de comércio) era o de troca por troca, geralmente locais. Isso ocorreu até 1780 aproximadamente.
- b) Fase da industrialização:** Primeira revolução industrial 1780 a 1860 – esse processo de industrialização começou a ocorrer com a revolução industrial, que estava ligado as máquinas. O uso do carvão, como nova fonte de energia, teve um papel muito importante no desenvolvimento dos países, pois, ajudou na introdução de novas máquinas consoante o material que se queria produzir, por exemplo: máquinas de fiar, tear, máquinas a vapor, no transporte se destacaram as locomotivas, como tantas outras.
- c) Fase do desenvolvimento industrial:** Segunda e terceira revolução industrial 1860 a 1914 - os expoentes marcantes dessa fase foram o aço que substituiu o ferro, o vapor é transferido para a eletricidade e derivados do petróleo. As empresas tiveram um papel fundamental, nessa época, no desenvolvimento da sociedade.
- d) Fase do gigantismo industrial:** Entre as duas grandes guerras mundiais 1914 a 1945 – nesta fase as empresas atingem um alto grau de desenvolvimento passando a atuar em

---

<sup>21</sup>

Ver Wikipédia 2009.

operações no mercado internacional e multinacional, pois havia o desenvolvimento do motor de explosão e do motor elétrico. Isso levou a estabelecer uma relação entre a ciência e o avanço tecnológico das empresas. Fez com que se desse o desenvolvimento dos transportes e das comunicações, o que permitiu encurtar as distâncias entre diferentes áreas, o que permitiu o desenvolvimento rápido do intercâmbio comercial. Os automóveis, aviões e os navios tornam-se veículos mais usuais, no caso dos transportes marítimos a sofisticação foi grande. Surgiram as grandes redes ferroviárias e auto-estradas cada vez mais acessíveis.

**e) Fase moderna:** do pós-guerra (1945 a 1980) - corresponde como a fase do desenvolvimento científico e tecnológico, onde as empresas se utilizavam cada vez mais de meios tecnológicos para o desenvolvimento dos seus produtos e serviços. Nessa fase começam a surgir o contraste entre os países do norte e do sul, classificados por países desenvolvidos (os da zona norte, mais avançados a nível tecnológico e empresarial), e países "em vias de desenvolvimento" (países da zona do sul, menos industrializados, e mais rurais). Junto surgem novos materiais, como plásticos, alumínio, fibras sintéticas, etc., e com a utilização do petróleo e energia elétrica, surgiram os circuitos integrados e consequentemente a informática.

O uso de TV a cores, computador, comunicação por satélite e os carros, permitiram dinamizar as empresas. Existindo assim uma relação direta entre empresa, consumo, publicidade<sup>22</sup>. Os consumidores estavam cada vez mais exigentes em termos de tecnologia. Surge então a competição entre as empresas no intuito de satisfazer os clientes, o que levou de forma direta e indireta ao avanço tecnológico. Os estudos científicos e a ciência acabaram ficando cada vez mais perto e ligada à empresa.

**f) Fase de incerteza:** após os anos 1980 até os dias atuais - as empresas encontravam-se num clima de turbulência. Esse ambiente externo caracterizavam-se por uma complexidade e mobilidade que os empresários não conseguiam “gerir” de forma adequada, pois estavam lutando contra um fator que já era previsto, porém, era preocupante, “a escassez de recursos”. Isso poderia levar várias empresas a ponto de estagnação, o que não seria recomendado. As empresas deveriam se adequar às

---

<sup>22</sup>

O estudo foi elaborado por Danilo Mozeli Dumont, José Araújo Ribeiro e Luiz Alberto Rodrigues, conforme encontrada na obra "Inteligência Pública na Era do Conhecimento" (Ed. Revan, 2006).

mudanças para as inovações tecnológicas a todos os níveis, desde produtos e serviços como os de gestão dos negócios.

## 2.4 DESENVOLVIMENTO E HISTÓRICO DAS MPE'S

O papel histórico de desenvolvimento do comércio e das pequenas empresas é certamente inestimável o seu poder durante o período da expansão econômica que seguiu o fim da Segunda Guerra Mundial.

As teorias econômicas durante as décadas de 1950 e 1960 foram predicados da grande empresa, tal como anteriormente referido. Até o início das crises do petróleo de 1973 e da recessão daí resultante, não fora vital a criação de pequenos negócios, tão importantes para a renovação do tecido econômico. Já era visível nesta época, a velocidade a que os pequenos negócios se podiam adaptar, bem como os seus processos de produção e geralmente num clima mais pacífico do que o geralmente encontrado nas grandes corporações.

Embora o Tratado de Roma<sup>23</sup> não previsse uma política empresarial comunitária, os anos de 1980 foram marcados por uma série de iniciativas no contexto do “Mercado Único” (White Paper on Community policies, criação de “task-forces” para as PME's em 1986 e adoção de um programa de ação para as pequenas e médias empresas, seguindo a Resolução do Conselho de 3 de Novembro de 1986) visado estabelecer um ambiente favorável às empresas da comunidade, ao promover a igualdade de oportunidade para PME's. O primeiro programa de ação, em particular, estabeleceu a base legal e financeira para que a comunidade promova negócios pequenos e de tamanho médio.

---

<sup>23</sup> **TRATADO DE ROMA** – No dia 25 de Março de 1957, seis países europeus – o Reino da Bélgica, a República Federal Alemã, a República Francesa, a República Italiana, o Grão-Ducado do Luxemburgo e o Reino dos Países-Baixos, – assinaram o Tratado de Roma, através do qual instituíam a Comunidade Económica Europeia (CEE) e a Comunidade Europeia da Energia Atómica (CEEA ou Euratom). Era o segundo passo no sentido da concretização de uma Europa supranacional. O primeiro havia sido concluído em 1952, com a Comunidade Europeia do Carvão e do Aço (CECA), envolvendo os mesmos protagonistas. Nos cinco anos que distam entre os dois momentos, muitas negociações, muitos avanços e recuos ocorreram, incluindo o fracasso, em 1954, de uma Comunidade Europeia de Defesa (CED).

### 3 POLÍTICAS DE INCENTIVOS ADOTADA EM ALGUNS PAÍSES VOLTADOS AO APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Neste capítulo faremos uma abordagem sobre a situação das Pequenas e médias empresas da Europa, África do Sul, América Latina e dos Estados Unidos da América. As políticas públicas voltadas ao desenvolvimento e a sustentabilidade dessas empresas. Os resultados alcançados com a implantação dessas políticas e as experiências com as compras públicas realizadas das empresas ligadas a esses segmentos.

#### 3.1 AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA EUROPA

Este estudo teve como parâmetro informações contidas em alguns Web site<sup>24</sup>, onde descrevem que a Comissão Européia vem desenvolvendo e implementando várias políticas públicas destinadas ao apoio e a sustentabilidade das pequenas e médias empresas lá existentes. Se conseguirem atingir seus objetivos, estarão acelerando o crescimento econômico, gerando mais empregos e renda. São elas (PME's) as principais geradoras de empregos.

Estima-se que existam aproximadamente 23 milhões de pequenas e médias empresas na Europa e que elas se tornaram ponto de interesse para a União Européia, como nos seus Estados-Membros. A Comissão Européia adoptou um "Small Business Act para a Europa"<sup>25</sup> com vista a colocar PME's, como empresas de vanguarda nessa região do mundo.

Várias ferramentas foram adotadas a fim de atingir esses objetivos, dentre eles destacam-se:

- a) A criação de um Guia que pode fornecer informações úteis sobre as políticas que a União Européia vem desenvolvendo, através de programas para a melhoria da vida das pequenas e médias empresas. Este documento mostra onde e como os

---

<sup>24</sup> Vários dados apresentados neste subitem 3.1, sobre os diversos programas oferecidos para as pequenas e médias empresas na Europa, foram retirados da site [http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/sba\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/sba_en.htm), acessado em 2008 e 2009, créditos para esses autores.

<sup>25</sup> Small Business Act para a Europa – ações voltadas as Pequenas e médias empresas. (nossa tradução)

empresários podem buscar informações adicionais sobre os negócios, produtos, mercado, gestão, tecnologias e recursos<sup>26</sup>.

- b) Estão tentando aplicar o princípio “pensar primeiro em pequena escala” à legislação e aos programas da União Européia, desde as primeiras fases da criação de políticas apropriadas para as PME’s, pois descobriram as que existem para as médias e grandes empresas não se aplicam para os pequenos e médios negócios. O velho adágio popular, **“tratar os iguais como iguais e os desiguais como desiguais”**<sup>27</sup>.
- c) Faz parte do calendário de eventos na Europa, “A semana européia das pequenas e médias Empresas”, sendo a primeira prevista para acontecer em 2009, sob a organização da Comissão Européia. Tem como objetivo informar os empresários desses segmentos, sobre os apoios disponíveis a nível nacional e da União Européia, para incentivar mais indivíduos a tornarem-se empresários.
- d) Outra inovação foi a criação de uma espécie de ouvidoria, onde foi indicado um representante das pequenas e médias empresas para servir de interface no diálogo informal em toda a Europa e para garantir que os interesses destas sejam inteiramente levados em consideração na concepção de todas as políticas da União Européia, e da legislação em todos os setores, no âmbito da política 'think small first' (pense primeiro à escala pequena)<sup>28</sup>.
- e) A União Européia e os Estados-Membros elaboraram uma carta de intenções para sublinhar o empenho que partilham no sentido de melhorarem o ambiente empresarial, tornando mais fácil à criação e o crescimento das pequenas empresas.
- f) Adotaram a revisão da legislação em todos os níveis visando tornar o ambiente mais produtivo e melhor para viver e fazer negócios. A Comissão incentiva todos os Estados-Membros a seguirem a sua iniciativa de redução da burocracia<sup>29</sup>.
- g) Outra política empresarial adotada foi simplificação e a melhorar o quadro jurídico para às MPE’s na União Européia retirando propostas legislativas, revendo a legislação existente, utilizando ferramentas de avaliação do impacto da regulamentação e consultadoria para melhorar a qualidade e a transparência da

---

<sup>26</sup> Ver [ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship) 2008

<sup>27</sup> Ver [ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship) 2009

<sup>28</sup> Idem

<sup>29</sup> Idem



regulamentação. Entendem que existindo uma melhor regulamentação e desburocratização é uma peça fundamental para o crescimento e o emprego da PME's na Europa<sup>30</sup>.

- h) A Comissão Europeia lançou outro programa que visa reduzir os encargos administrativos (2007-2012). Refere-se a informações que as empresas da União Europeia são obrigadas a fornecer às administrações públicas ou a entidades privadas: informações exigidas para o registo legal, certificação, inspeção, subvenções, preenchimento de formulários estatísticos, rótulos para consumidores em matéria de energia, relatórios para acionistas, etc<sup>31</sup>.
- i) O Painel de Consulta de Empresas Europeias (EBTP) é uma ferramenta que permite à Comissão Europeia fazer um monitoramento direto sobre as suas propostas de legislação ou outras iniciativas suscetíveis que afetam as empresas. Até o fechamento deste estudo, integravam esse banco este sistema 3.600 empresas de dimensões setoriais diferentes, estabelecidas em todos os Estados-Membros da União Europeia buscando o crescimento econômico e do emprego<sup>32</sup>.
- j) Definiu os planos-chave de políticas de alto nível da Comissão Europeia para atingir os objetivos do estandarte “Estratégia de Lisboa para o Crescimento e o Emprego”, através do dinamismo do mercado, da coesão social e da responsabilidade ambiental. Pormenoriza, ainda, os planos nacionais de reforma e os relatórios de implementação dos Estados-Membros<sup>33</sup>.
- k) Criaram uma mostra dos melhores e mais inspiradores exemplos de políticas e práticas empresariais a nível regional, com a instituição de prêmios a fim de reconhecer identificar e reconhecer atividades e iniciativas com sucesso levadas a cabo para promover a iniciativa empresarial e o espírito empreendedor, criar uma maior consciência sobre o papel dos empresários na sociedade e encorajar e inspirar potenciais empresários.
- l) Sobre a inovação tecnológica deram ênfase por entender que se tratava de uma força motriz do crescimento econômico. Os novos produtos e serviços, novos métodos de

---

<sup>30</sup> Ver [ec.europa.eu/enterprise/regulation/better\\_regulation](http://ec.europa.eu/enterprise/regulation/better_regulation) 2009

<sup>31</sup> Ver [ec.europa.eu/enterprise/admin-burdens-reduction](http://ec.europa.eu/enterprise/admin-burdens-reduction) 2009

<sup>32</sup> Ver [ec.europa.eu/yourvoice](http://ec.europa.eu/yourvoice) 2009

<sup>33</sup> Ver [ec.europa.eu/growthandjobs](http://ec.europa.eu/growthandjobs) 2009

fabricação e entrega que acrescentam valor na economia permite melhorar o nível de vida da população e o aumento de arrecadação das empresas principalmente as PME's de toda a Europa.

- m) Foi criado um Programa de financiamento para ajudar as empresas e a indústria voltadas para as pequenas médias empresas, para ajudar a inovarem e participar mais do crescimento econômico na Europa. Visa, também, aumentar as fontes de energia renováveis e as tecnologias ambientais, e melhorar a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

Está dividido em três programas específicos: Programa para o Espírito Empresarial e a Inovação; Programa de Apoio à Política de TIC e o Programa Energia Inteligente.<sup>34</sup>

- a) Existe um Guia Prático a disposição dos empresários das empresas, com a finalidade de orientá-los sobre o financiamento, desenvolvimento e inovação<sup>35</sup>.
- b) Às pequenas e médias empresas contam com um Portal da Rede Européia de Apoio aos Negócios Eletrônicos (Business), que tem como objetivos apoiar os empresários nas suas tomada de decisões, onde num balcão único reúnem os melhores especialistas para orientar os negócios<sup>36</sup>.
- c) Se o empresário pretender expandir seus negócios, ele conta com um Portal Europeu para às PME's, voltado a Internacionalização. Uma vez existindo uma dificuldade para exportar, essa ferramenta poderá ajudar significativamente a empresa. Consideram, ainda, como uma grande conquista foi a criação do Mercado Único Europeu, com mais de 500 milhões de consumidores, elas podem se beneficiar com essa inclusão. Esse Mercado Único eliminou muitas das barreiras que, no passado, teriam tornado difícil vender os seus produtos e serviços noutro Estado-membro da União Européia. Quando o produto cumprir os regulamentos necessários para ser comercializado no mercado do seu país, não será necessário ser submetido a procedimentos adicionais técnicos, de teste ou certificação antes de poder ser vendido noutro Estado-membro.

---

<sup>34</sup> Ver ec.europa.eu 2009

<sup>35</sup> Ver cordis.europa.eu/fp consultation 2009

<sup>36</sup> Ver ec.europa.eu/enterprise/e-bsn 2009

d)As regras comuns da União Europeia, onde forem necessárias, e o reconhecimento mútuo das regras nacionais em muitos outros casos facilitaram a introdução de pequenas empresas em mercados fora do seu país de origem.

Outra campanha é a denominada “Ir além do Mercado Único”, numa perspectiva geral do princípio da livre circulação de mercadorias - um pilar do mercado interno. Inclui, sobretudo, informações sobre os artigos relevantes no Tratado do Comércio Europeu e no princípio do “reconhecimento mútuo”, o que significa que um produto comercializado legalmente num Estado-Membro deveria poder ser comercializado em qualquer outro país da União.<sup>37</sup>

Está a disposição da comunidade “O Portal A Vossa Europa – Empresas”, que oferece informações práticas multilingues e acesso a serviços governamentais online, a empresas que planejam desenvolver os seus negócios noutra país da União Europeia. Dentre outras informações incluem direitos, obrigações e procedimentos administrativos relacionados com eventos da vida empresarial. No caso de surgir algum problema específico, esse portal direciona os usuários para organizações empresariais onde poderão encontrar ajuda e aconselhamento personalizados.<sup>38</sup>

A Comissão Europeia adaptou uma proposta para um estatuto da Empresa Privada Europeia (também conhecido como “Societas Privata Europaea - SPE”), que contém um conjunto de normas legais uniformes que se aplicariam a qualquer SPE em todos os Estados-Membros. Isso tornará mais fácil aos empresários o estabelecimento de pequenas firmas em toda a União Europeia. Irá permitir poupar tempo e reduzir custos, especialmente custos legais relacionados com o estabelecimento de diferentes modelos de empresas em diferentes Estados-Membros.

Existem outros incentivos que foram criados pela Comissão Europeia, que a fim de tornarmos este trabalho mais prático iremos relacionar apenas os títulos: Sistema de informação sobre regulamentos técnicos (TRIS); Promoção de atividades internacionais das PME's; Competências linguísticas para empresas exportadoras; Serviços no Mercado Único; Normalização; Normas harmonizadas; Baltic Co-operation Forum (Fórum de Cooperação com a Região do Báltico); Base de dados terminológica multilingue; Ir além do Mercado Único - Base de dados sobre acesso aos mercados; Obstáculos técnicos ao comércio; Centro de Cooperação Industrial UE -Japão; Helpdesk de DPI para PME na China; Programa de Formação de Quadros; Passagem da UE para o Japão (EU Gateway to Japan); PROINVEST; AL-INVEST III; Programa

---

<sup>37</sup> Ver [ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods](http://ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods) 2009

<sup>38</sup> Ver [ec.europa.eu/youreurope/business](http://ec.europa.eu/youreurope/business) 2009

Asia-Invest; Instrumentos de defesa do comércio - garantindo o comércio justo para as PME da UE; Base de dados online da pauta aduaneira (TARIC); Informações Pautais Vinculativas (IPV); Serviços Fiscais e Aduaneiros: bases de dados electrónicas; Portal europeu para as PME - Financiamento da UE para as PME; Ferramenta online para o financiamento de PME; Empréstimos da UE para as PME; Acesso ao financiamento; Programa Leonardo da Vinci; EURES - Portal Europeu da Mobilidade Profissional; Sistema de informação sobre regulamentos técnicos (TRIS); Base de dados terminológica multilingue; TED: Informação sobre concursos de contratos públicos europeus; Fit for the euro - Um guia para as PME; Base de dados sobre acesso aos mercados; Instrumentos de defesa do comércio - garantindo o comércio justo para as PME da UE; Trabalhar com os bancos - orientação para as PME; Resumos da legislação da UE; Manuais de utilizador e análises de mercado - Mercados electrónicos; Portal europeu para as PME - Políticas sectoriais da UE; Semana Européia das PME Recrutar um primeiro empregado; Incentivo às mulheres empresárias; Abrir as portas a migrantes e grupos de minorias étnicas; dentre outros.

- **As compras públicas na Europa** - A política voltada à pequena e média empresa adotada na Europa, através de legislações específicas a União Européia incentiva as compras públicas, através do que é denominado de “**Livro Verde das Compras Públicas**”<sup>39</sup>, onde contém documentos destinados a estimular debates e a promover a ampliação da participação deste segmento nessas contratações. E ainda: monitorar a aplicação das regras nos países membros; ampliar o acesso à informação sobre compras públicas e contratos; treinamento de funcionários dos órgãos de governo no uso e na implementação da política de compras públicas definida e disseminar a informação sobre as notificações por meio eletrônico. Os resultados são de que a soma dos contratos e compras representam em torno de 14% do PIB europeu<sup>40</sup>.

Na prática, existem algumas barreiras a serem superadas pelos empresários de pequenas empresas para participarem das compras e contratações públicas na Europa. Vão desde a obtenção de informações; falta de conhecimento sobre o que a empresa precisa para participar das

---

<sup>39</sup> O Livro Verde das Compras Públicas na União Européia: “The Single Market Review Series – Subseries III – Dismantling Barriers: Public Procurement”, 1996. Disponível em [http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/publicprocurement/docs/report-dismantling-of-barriers\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/internal_market/publicprocurement/docs/report-dismantling-of-barriers_en.pdf). Acesso em 17.04.06.

<sup>40</sup> Políticas Públicas - As Micro e Pequenas Empresas e as Compras Governamentais, estudo elaborado pelo SEBRAE-SP, 2005.

licitações; contratos; pouco tempo para preparar as propostas exigidas; altos custos na preparação das propostas quando dependem de assessorias; alto custo dos editais; muitos termos técnicos nos editais que dificultam o entendimento dos empresários desse segmento; excesso de certidões e níveis elevados e qualificações, exigência de garantias muito acima da capacidade das empresas enquadradas nesse segmento; discriminação entre empresas estrangeiras e locais e ainda, dificuldades de encontrar parcerias externas para colaborar nas ofertas.

Existem grandes diferenças entre a utilização das políticas de incentivos nas Compras Públicas entre os países que compõe a União Européia. Mesmo existindo um reconhecimento dos administradores públicos sobre a importância desses segmentos na economia dos países, falta um consenso quanto às medidas a serem adotadas para aumentar a participação das PME's, nesse mercado.

Diante dessa situação, foram tomadas iniciativas por parte dos poderes públicos visando à diminuição das barreiras técnicas a fim de aumentar a participação desses segmentos nas contratações públicas.

Na Suécia, Itália e em Portugal a porcentagem de PME's que buscam participar nos processos europeus de compras públicas é menor que 10%, enquanto na França, 45% das PME's tentam participar do processo. Na Bélgica e em Luxemburgo, aproximadamente 33% das PME's procuram participar.

As PME's representam 99,8% do número de empresas existentes na Europa, no período de 1997 a 2000, apenas 2% participou de contratações públicas.

Com relação à capacidade das PME's em atender com sucesso às exigências impostas por barreiras técnicas para poder entrar nesse mercado, estão:

- a) As PME's devem ampliar sua consciência sobre as enormes oportunidades oferecidas pelo mercado de compras governamentais;
- b) As PME's devem incluir em sua estratégia de atuação as compras públicas;
- c) Atualização constante sobre informações do mercado de compras governamentais (regulamentos, oportunidades, práticas requeridas, conteúdo das cartas convite, procedimentos de elaboração de propostas, e exigências);
- d) Estabelecer parcerias de cooperação entre empresas de grande porte a fim de ampliar sua capacidade de atendimento as demandas de compras públicas;

Sobre as sugestões/recomendações às autoridades contratantes foram as seguintes:

- a) Licitar contratos de menor extensão, que devem considerar a possibilidade de dividir os pedidos de cotação em lotes menores;
- b) Inclusão de oportunidades de cooperação nos convites a cotações;
- c) Oferecer mais e melhores informações por meio de divulgação de informações prévias;
- d) Inclusão de informações claras e acessíveis nos avisos de licitação;
- e) Encorajamento aos proponentes em potencial no sentido de dirimir dúvidas e criar meios acessíveis para tal;
- f) Uso das várias oportunidades da tecnologia da informação para divulgar informações;
- g) Informação aos proponentes em potencial sobre a existência de organizações de apoio à elaboração de propostas (ajuda e treinamento);
- h) Reduzir os custos administrativos por meio de determinação de diretrizes que simplifiquem e unifiquem os procedimentos;
- i) Uso de procedimentos de pré-seleção;
- j) Adoção apenas de critérios e requerimentos que sejam efetivamente necessários;
- k) Experimentação e extensão de pregões eletrônicos;
- l) Oferecimento de diretrizes sobre elaboração de propostas a proponentes em potencial.

Depois de implementadas essas políticas para incentivar as contratações públicas na União Européia<sup>41</sup>, já são visíveis os resultados, as taxas de compras de PME's aumentaram em torno de 43%.

De acordo com a Cartilha elaborada pelo SEBRAE-SP<sup>42</sup>, relacionaremos abaixo, na íntegra, outros exemplos existentes na Europa:

**AÚSTRIA** - “Promoção da Capacitação de Pessoal em Pequenas e Médias Empresas”, iniciado em janeiro de 2002, com a meta de apoiar as PME's vienenses na capacitação de pessoal e na melhoria da competitividade. As empresas são ressarcidas em até 50% das despesas com treinamento externo.

**ALEMANHA** - “Mercur” é um programa financiado pelo Ministério da Educação e Pesquisa e pelo Instituto Federal de Treinamento Vocacional (BIBB). Até março de 2002, foi um projeto piloto buscando verificar as possibilidades do tele aprendizado em Manufatura, e desde

<sup>41</sup> Fonte: Eurostat – 2006.

<sup>42</sup> Todos os créditos são do SEBRAE do Estado de São Paulo, que estão descritos na Cartilha Políticas Públicas - As Micro e Pequenas Empresas e as Compras Governamentais, estudo elaborado pelo SEBRAE-SP, 2005, pg 33 a 37.

2000 tornou-se uma academia virtual para empresas alemãs de manufatura. A Universidade de Colônia opera o Mercur, em estreita colaboração com associações de classe.

**BÉLGICA** - Desde março de 2003, o governo belga cobre metade dos gastos das PME's com "vouchers de consultoria". A meta é encorajar as PME's a buscarem aconselhamento profissional para tomadas de decisão (em organização corporativa, estratégia, gerenciamento de pessoal, marketing, automação e meio ambiente). Operacionalmente, as PME's adquirem "vouchers" no valor de 30 euros/cada, até o limite de 820 euros; e os utilizam em projetos de consultoria que devem custar acima de 300 euros.

**DINAMARCA** - O Ministério da Educação opera o Fundo para Planejamento Educacional, que atende a praticamente todos os setores da economia e visa especialmente atender a empresas com menos de dez empregados. A principal meta do Fundo é a ampliação da competência dos empregados. As atividades subsidiadas incluem as colaborações entre entidades educacionais e empresas, novas formas de treinamento e desenvolvimento de competências, preparação de treinamento e planejamento de desenvolvimento de competências entre empresas, e a formação de redes de planejamento educacional e desenvolvimento de competências. É requerido que o projeto seja executado em colaboração entre empregados e direção da empresa. Em 2003, não houve recursos financeiros alocados a esse Fundo.

**ESPAÑA** - O principal objetivo do PIPE 2000 – Plano de Iniciação em Promoção no Exterior – é ampliar o número de pequenas e médias empresas espanholas exportadoras, por meio de transformações culturais e de competitividade nas PME's em condições de exportar. Para isso, o Programa prevê apoio financeiro bem como consultorias especializadas individuais por uma equipe de tutores. Espera-se aumentar a competitividade internacional das PME's. O PIPE é operado pela Câmara Espanhola de Comércio em colaboração com o Instituto Espanhol de Comércio Exterior (ICEX).

**FINLÂNDIA** - O "Programa Nacional Finlandês de Desenvolvimento do Ambiente de Trabalho" objetiva a efetividade e qualidade do ambiente de trabalho, e é gerenciado de forma tripartite. Fornece suporte e recursos financeiros para o desenvolvimento de projetos em empresas. Os projetos possuem foco na promoção de trabalho em equipe e em gerenciamento por métodos de empoderamento, ampliação de habilidades, melhoria do desempenho no trabalho, e formação de redes de empresas. Gerência e empregados participam do planejamento e da execução do projeto. 66% dos recursos do Fundo, entre 2000 e 2002, foram alocados para PME's.

**FRANÇA** - A regulamentação francesa fornece reconhecimento às habilidades profissionais adquiridas pelos empregados – “VAP Validation des acquis professionnels”. A VAP foi regulamentada em 1992, permitindo à pessoa que exerceu atividade profissional por cinco anos validar sua experiência. Essa validação foi ampliada, em 2002, e tornou-se a Validation des Acquis de l’Experience (VAE) – de forma que se aplique a uma gama ampla de diplomas, e por meio de procedimentos mais flexíveis.

**GRÉCIA** - O Ministério do Trabalho lançou uma série de medidas para capacitação de mão-de-obra empregada. Essas capacitações incluem treinamento de empregados de empresas privadas (das quais 70% dos beneficiários são funcionários de microempresas) e treinamento vocacional para empreendedores “por conta própria”.

**HOLANDA** - O Reconhecimento de Competências Adquiridas (EVC) é um centro de informações que fornece serviços a empregados e empregadores, contribui com o desenvolvimento de procedimentos e ações de estímulo à prática do EVC. Como foco principal, o EVC almeja aumentar o interesse dos empregadores em investimentos no gerenciamento de recursos humanos estratégicos, bem como no interesse dos empregados em assumir responsabilidade por sua condição de empregabilidade. Esses objetivos são atingidos tornando visíveis as habilidades pessoais, o que implica diferentes formas de aprendizado ser reconhecidas como adequadas para habilidades específicas. Essa medida é operada pelo Ministério de Assuntos Econômicos em cooperação com os Ministérios de Assuntos Sociais e Emprego, de Educação, Cultura e Ciência, e por uma organização privada – CINOP.

**IRLANDA** - Em abril de 1999 foi estabelecida a empresa Skillnets, com a finalidade de gerar respostas inovadoras e efetivas para necessidades de treinamento e desenvolvimento. A direção da Skillnets é formada por representantes de classes empresariais e de organizações de trabalhadores. Opera o Training Network Programme, que mobiliza grupos ou redes de empresas para gerar respostas estratégicas sob medida conforme as suas necessidades. As ações são custeadas pelo National Training Fund, e com participação de, em média, 32% dos recursos financeiros pelas empresas participantes.

**ISLÂNDIA** - O Programa “Step Ahead” é operado pelo Iceland Technology Institute. O Programa objetiva facilitar lideranças de micro e pequenas empresas na busca de orientação em marketing, finanças, meio ambiente, organização e gerenciamento de produto. Para tanto, o Programa apóia atividades de treinamento em empreendedorismo e gestão da inovação.



**ITÁLIA** - O sistema educacional e de treinamento italiano encontra-se em processo de mudança com o objetivo de permitir o reconhecimento de competências adquiridas, em adição à educação formal. A “Lei de Promoção do Emprego” aborda o aprendizado de toda a vida, pelo qual competências adquiridas pelo trabalho podem ser enunciadas e potencialmente reconhecidas da mesma forma que aquelas adquiridas por meio das instituições formais de educação.

**LUXEMBURGO** - Em 1999 foi promulgada uma lei para apoio e desenvolvimento de atividades de treinamento vocacional contínuo para a população assalariada de Luxemburgo. O Estado contribui com subsídio direto ou com redução de impostos sobre lucros, redução esta determinada em relação a investimentos em treinamento no período de um ou mais anos. A entidade responsável por esse Programa é o Institut National pour la Formation Professionnelle Continue (INFPC).

**NORUEGA** - O Programa FRAM – abreviatura para compreender, realístico, aceitar e medir – é um programa de desenvolvimento de estratégia e de gerenciamento, para gerências de produção e de serviços em empresas com 5 a 30 funcionários, e cujo objetivo é ampliar a sua competitividade. Desde 1992, quando teve início, o Programa FRAM organiza projetos em sete regiões piloto, com planejamento anual e abrangendo diferentes temáticas. Em paralelo, duas atividades básicas são uniformes: seminários regionais com foco em aprendizado por troca de experiências entre empresas participantes; e orientação via especialistas em períodos de 15 meses de processos de desenvolvimento. O Programa é custeado pelo Fundo Regional e de Desenvolvimento Norueguês.

**PORTUGAL** - A Linha de Ação Inovação Organizacional (LAIO) é operada pelo Instituto de Treinamento em Inovação em parceria com o Instituto de Desenvolvimento e Inspeção de Condições de Trabalho. Seu objetivo é contribuir para a inovação organizacional nas empresas privadas e cooperativas portuguesas que possuem entre 50 e 250 funcionários. “É concedido apoio financeiro, sob a forma de subsídios, e assistência técnica para implementação de projetos, principalmente por meio de consultoria de serviços.”

### 3.2 PEQUENA E MÉDIA EMPRESA NOS ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA – EUA

Segundo informações encontradas no SMALL BUSINESS ADMINISTRATION (SBA)<sup>43</sup>, os Pequenos Negócios nos Estados Unidos da América – EUA, contam com vários programas semelhantes aos existentes na Europa.

Em números de estabelecimentos no ano de 2002, eram aproximadamente 22,9 milhões; responsáveis por 75% de novos postos de trabalho; representando 99,7% dos empregadores; empregavam em torno de 50,1% da força de trabalho das empresas privadas. No setor da tecnologia eram responsáveis por aproximadamente 39,1% dos postos de trabalho e representavam 97% de todos os exportadores americanos e ainda, participam com mais e 50% do PIB.

Os empreendimentos nos Estados Unidos da América ligados às Pequenas Empresas, contam com apoio financeiro originário de membros da família. Correspondendo a 65%, do total de empresas existentes nessas categorias<sup>44</sup>. Outros 33% iniciaram seus negócios com algum dinheiro levantado por seus amigos.

A primeira fonte de financiamento ainda é o patrimônio pessoal do dono do negócio. Outro é "venture capital" (capital de risco), injetado pelos chamados "anjos financeiros" – os investidores que apostam dinheiro em novas idéias e empreendimentos. Podendo chegar até 85% de um novo negócio.

Passada a recessão americana do final da década de 80, os bancos também voltaram a abrir linhas de crédito a partir de US\$ 500 para pequenas empresas, tornando-se mais sensíveis e mais flexíveis para o financiamento de programas de expansão, de aquisição de *know how* e de bens de capital como maquinaria e equipamento.

Na grande maioria dos investidores denominados de "anjos financeiros" das pequenas e médias empresas estão interessados no crescimento da empresa em que investem. Esse Capital de Risco (*venture capital*) é classificado de cinco formas distintas de investimento: a compra de ações de uma empresa; a entrada do investidor como sócio da empresa; emissão de debêntures conversíveis (título de direito a compra de ações); ações preferenciais; e as tradicionais notas promissórias.

---

<sup>43</sup> SMALL BUSINESS ADMINISTRATION (SBA) – Agencia Norte-americana de Pequenos Negócios. Disponível em: [www.sba.gov](http://www.sba.gov).

<sup>44</sup> Publicado na Revista Sala do Empresário - Edição nº 08 - Fonte: [http://www.empresario.com.br/destaques/1999/outubro\\_99/anjos\\_finceiros.html](http://www.empresario.com.br/destaques/1999/outubro_99/anjos_finceiros.html)

Às Pequenas Empresas americanas dispõe desde 1953, do apoio oferecido por bancos e garantido pelo Small Business Administration (SBA), que é uma espécie de ministério para fomento da pequena empresa, é agência federal do governo americano, pequena e independente. Tem as funções de ajudar, assessorar e assistir as pequenas empresas e proteger seus interesses; preservar a livre concorrência; manter e fortalecer a economia do país em geral; e ajudar na recuperação econômica de comunidades após terem sido atingidas por calamidades.

Essa Instituição dispõe de orçamento próprio, aprovado pelo Congresso Americano e no ano de 2008 a previsão para o exercício financeiro girou em torno de US\$ 570 milhões que a coloca entre uma das cinco maiores agências federais de crédito.

Existem aproximadamente 90 (noventa) escritórios regionais e distritais afiliados do SBA, como também por meio dos participantes financeiros nos recursos dessa Instituição.

Para que uma pequena empresa se habilite nos programas do SBA, precisam estar enquadradas no seguinte: O porte das pequenas empresas é determinado pelo Office of Size Standards, do SBA, que se baseiam no sistema de Classificação Industrial da América do Norte [North American Industrial Classification System (NAICS)].

No caso das indústrias o porte da empresa é baseado no número de empregados ou das vendas durante determinado período. Um detalhe importante é que a empresa é classificada “pequena” em relação a todas as empresas daquela indústria. Os critérios adotados pelo SBA, geralmente são: **Atacado** - no máximo 100 empregados. **Varejo ou Serviço** – é utilizado a média e vendas ou receitas anuais últimos 3 (três) e não podem ultrapassar US\$ 4,5 milhões a US\$ 32 milhões. **Manufatura** – pode ter no máximo 500 empregados, existem exceções que podem admitir até 1.500 empregados. No caso da **Construção Civil**, dependendo do tipo pode ser o faturamento anual ou vendas, entre US\$ 12 milhões e US\$ 31 milhões. Além dessas qualificações quando o assunto for contrato com o Governo, a pequena empresa deve se enquadrar na definição específica de “Pequena Empresa”, estabelecida pelo SBA.

O Small Business Administration (SBA), possui funções programáticas, que são Acesso ao Capital – que é destinado ao financiamento dos negócios. Oferece às empresas de pequeno porte várias opções financeiras a fim de satisfazer as necessidades que vai desde o microcrédito até os empréstimos de maior volume, como também existe a compra de ações (capital de risco).

Os programas de empréstimos são:

Programa de Garantia de Empréstimo (Loan Guaranty Program) 7(a); Programa de Empréstimo (Lending Program); Programa de Microcrédito (Microloan Program);

Os investimentos de Capital de Risco estão no Programa de Companhias de Investimento em Pequenas Empresas - Small Business Investment Company (SBIC) Program.

Outro programa que merece destaque é o destinado a Recuperação em Casos de Emergência. Também conhecido como Programa de Empréstimo para Casos de Calamidades (Disaster Loan Program).

Dispõe de uma Companhia de Desenvolvimento Credenciada, que é uma sociedade sem fins lucrativos, estabelecida para contribuir ao desenvolvimento econômico de sua comunidade e nela criar e manter empregos. As CDCs cooperam com o SBA e com as financiadoras do setor privado para proporcionar financiamento às pequenas empresas.

O Programa de Companhias de Investimento em Pequenas Empresas (SBIC) é o principal meio de que o SBA dispõe para conceder capital de risco às pequenas empresas em processo de crescimento. Nele se credencia investidores profissionais especializados em capital de risco, que fazem parte das SBICs, sob a forma de parceria limitada (LPs) ou de companhias de responsabilidade limitada (LLCs). O SBA alavanca os recursos privados das SBICs por meio de garantias de empréstimo. Depois de fornecido o crédito, promovendo a expansão dos negócios, uma vez a empresa tendo êxito e tem certa independência as SBICs reembolsam o SBA com os lucros. O período de reembolso dura, em geral, de sete a dez anos. Neste contexto mais de 370 entidades investidoras privadas, especializadas em capital de risco, denominadas Companhias de Investimento em Pequenas Empresas (SBICs).

Outra função é o destinado ao Desenvolvimento Empresarial, voltado para a educação empreendedora, informações, assistência técnica e treinamento. Dentre outras ações, podemos destacar o assessoramento individual e gratuito, que pode ser pessoal ou *on line*, treinamentos de custo bem reduzido voltado para os empresários iniciantes, como também para àqueles que possuem empresas há mais tempo. Esses serviços poderão ser acessados em mais de 1.800 locais dos Estados Unidos da América, nos seus mais diversos territórios.

Estes Programas dão assessoramento individual gratuito aos cidadãos e residentes permanentes dos Estados Unidos da América, interessados em começar um pequeno negócio, têm ainda, um valor mínimo, treinamento e *workshops* nos mais variados assuntos ligados aos negócios.

Os Programas de Assistência Técnica e Extensão para o Desenvolvimento Empresarial, contam com os seguintes produtos disponíveis para os clientes (empresários de pequenas empresas: SBDCs - Centros de Desenvolvimento da Pequena Empresa (Small Business Development Centers); SCORE – Assessores às Pequenas Empresas dos EUA (Counselors to America's Small Business); WBCs - Centros de Empresas de Mulheres (Women's Business Centers); um Rede de Treinamento para a Pequena Empresa – Online em [sba.gov](http://sba.gov). e ainda, USEACS – Centros de Assistência à Exportação dos Estados Unidos (US Export Assistance Centers); Web Site, Biblioteca Online, Publicações, Pesquisa e Artigos, do SBA; SBDCs: (Centros de Desenvolvimento da Pequena Empresa); mais de 900 centros, localizados em sua maioria, em universidades dos Estados Unidos e dos seus territórios.

O resultado dessa parceria entre o SBA, a comunidade acadêmica, o setor privado e os governos estaduais e locais, está na adequação dos serviços para atender às necessidades das economias locais – das rurais às urbanas; dos serviços marítimos ao comércio internacional; dos contratos governamentais aos trabalhos em casa. Como também, proporcionam assistência administrativa e técnica e assessoram na preparação de pedidos de empréstimo.

O programa de Assessores às Pequenas Empresas dos Estados Unidos (SCORE), conta com aproximadamente dez mil e quinhentos (10.500) altos executivos aposentados e ativos, e voluntários proprietários de pequenas empresas. Esses colaboradores possuem experiência concreta e prática em como iniciar, possuir e administrar um negócio. Desta forma, proporcionam assessoramento especializado em marketing, preparação de planos comerciais e planejamento prévio ao negócio. Planejam e realizam seminários de treinamento. Outro sistema de Assessoramento é por e-mail, mas de 1.200 empresários experientes manejam 10.000 casos por mês. Existem mais de 385 agências SCORE para assessoramento prático individual e *web site* SCORE para e-mails.

As mulheres empreendedoras dos EUA, contam com o Programa denominado de WBCs: (Centros de Empresas de Mulheres). As empresas de propriedade de mulheres empregam mais de 19,1 milhões de pessoas e contribuem para a economia com quase US\$2,5 trilhões em vendas. Os dados revelam que entre 1997 e 2004, essas empresas cresceram em ritmo superior ao da economia em geral, aumentando 14% em todo o País, o dobro do crescimento de todas as empresas, enquanto o emprego aumentou 30%. As vendas cresceram em torno de 40%, igualando

a taxa nacional. Desta forma, esse programa oferece apoio, assessoramento e treinamento para todas as mulheres que operam uma pequena empresa em todo o país.

Dos serviços prestados em 2008, pelos 113 Centros de Empresas de Mulheres, distribuídos em 43 estados, atendem ainda a Guam, Porto Rico e Samoa Americana.

Através da Rede de Treinamento da Pequena Empresa, oferecem cursos de treinamento, seminários e recursos de conhecimento gratuitos. São distintos a ajudarão os empresários e outros estudantes de empresariado. A aprendizagem é *on line*, via Internet. Existe ainda a disposição: cursos, workshops, publicações, meios de informações, aprendizagem e acesso a assessoramento eletrônico, dentre outros.

Para realizar um trabalho em conjunto o SBA e o Departamento de Comércio Exterior dos Estados Unidos da América e do EXIMBANK, contam com o Centro de Assistência à Exportação, dos Estados Unidos (USEACs), que desempenha seu papel através do Escritório de Comércio Internacional<sup>45</sup>. Os serviços são prestados por 18 Centros em todo o país, são destinados para uma pré-qualificação de capital de giro destinado à exportação, ou seja, comércio internacional.

Através da *Web site*, *Biblioteca Online*, Artigos, publicações, informativos, manuais de instrução e Documentos de Pesquisa, do SBA, estão disponíveis em mais de 45.000 páginas de informação no seu *web site*. É consultado, em média, 18 milhões de vezes por semana, contém dados estatísticos sobre empréstimos e relatórios sobre perdas, e vastas pesquisas sobre as pequenas empresas realizadas pelo Órgão de Defesa do SBA.

Outra função está no escritório denominado “a voz da pequena empresa”, como órgão de defesa dos interesses desse segmento. Foi criado por ato legislativo em 1976, tem por objetivo analisar os projetos de leis ligados a elas que estão tramitando no Congresso Americano; deve defender os interesses da pequena empresa; avaliar o impacto da lei nas pequenas empresas. Todos os estudos, diagnósticos e pesquisas existentes, voltados às pequenas empresas norte-americanas e seu ambiente são considerados nas discussões desse escritório.

Através da Lei da Imparcialidade na Aplicação de Regulamentos sobre as Pequenas Empresas (Small Business Regulatory Enforcement Fairness Act), em 1996, foi criado o Escritório do Ouvidor Nacional, que está encarregado de promover um ambiente para a aplicação das normas federal americana que sejam mais favoráveis às pequenas empresas. Propiciar

---

<sup>45</sup>

Disponível em: Ver <http://www.sba.gov/aboutsba/sbaprograms/internationaltrade/index.html>;

audiências e mesas-redondas destinadas a aumentar a contribuição das pequenas empresas. Deve funcionar como um canal de comunicação entre as pequenas empresas e as agências federais. As atividades são coordenadas por 10 Juntas Regionais Encarregadas da Imparcialidade dos Regulamentos. Os trabalhos são avaliados pelas agências federais encarregadas dos regulamentos e envia o resultado de sua avaliação ao Congresso.

Mostra que dois terços de todas as pequenas empresas nos Estados Unidos possuem acesso à Internet e metade possui uma *web site*. Sessenta por cento das pequenas empresas conectadas a *web* planejam aumentar o uso que fazem do meio online em um futuro próximo. A maioria ainda se conecta via linha discada convencional (acesso *dial-up*), mas o número de pequenos negócios com acesso em alta velocidade está crescendo.

As políticas públicas de acesso às **compras do governo** das pequenas empresas dos Estados Unidos são definidas segundo os critérios de faturamento anual e número de empregados e ainda, em função do ramo de atividade em que atua. Dos incentivos se destacam, em alguns estados do norte dos EUA, as quatro mais importantes são: assistência as PME's nas contratações diretas; assistência na subcontratação, assistência na comercialização de bens do governo e programa de certificação de competência.

Outra Política é de que as compras entre US\$ 2.500 e US\$ 100.000, tenham um tratamento diferenciado e simplificado para as pequenas empresas. Essa regra é adotada sempre que existir a possibilidade de obterem ofertas de pelo menos duas pequenas empresas, é conhecido como “regra de dois”.

A legislação ainda sugere as seguintes políticas:

- a) Dividir as aquisições em lotes para ampliar a possibilidade da participação de Pequenas Empresas;
- b) Planejar previamente para que pequenas empresas possam, cada vez mais atender ao pedido;
- c) Programar as entregas de maneira que às pequenas empresas possam cumprir os prazos;
- d) Desenvolver programas de incentivo para os fornecedores subcontratem empresas de pequeno porte;
- e) Incentivo para que novas empresas de pequeno porte por meio de inclusão de todos os potenciais fornecedores desse porte em suas listas de e-mail.

Entre os organismos internacionais que reconhecem a legitimidade do uso do poder de compra do Estado está o Banco Mundial, Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID, Organização Mundial do Comércio - OMC e Organização dos Estados Americanos - OEA.

Outro exemplo é o da NASA<sup>46</sup>, que foi criada em criada em 1958; teve um orçamento em 1992 de US\$ 11 bi/ano para compras de empresas privadas; no ano de 1992 US\$ 2,2 bi foram contratados e fornecidos por PME's; já no ano de 2000, passou para US\$ 3,5 bi (cerca de 60%).

Os principais elementos das melhores práticas, segundo a NASA são:

- a) **Liderança e Empenho dos Executivos** - Todos os projetos bem-sucedidos contaram com o decidido apoio do alto escalão, cuja participação foi essencial para a promoção de oportunidades de contratação e terceirização para as PME's.
- b) **Organização do Pessoal e Implementação** - Deve-se dispor de um plano de ação detalhado e de uma equipe de pessoas empenhada em levá-lo a cabo. Os gerentes de programa e de projeto devem ter liberdade para inovar e criar novas iniciativas que visem à consecução da missão organizacional.
- c) **Alternativas Financeiras** - As organizações interessadas em maximizar o dinamismo e a capacidade de inovação de PME's, às vezes tenham que ajudá-las a conseguir acesso a capital e a outros recursos. Isso assegura às pequenas empresas a capacidade de cumprir seus contratos e permanecerem competitivas no mercado.
- d) **Oportunidades de Capacitação e Marketing** - A organização deve dar uma oportunidade para que essas PME's apresentem seus produtos ou serviços à instituição. É preciso projetar, desenvolver e implementar programas inovadores de capacitação, bem como outros tipos de iniciativas afins.
- e) **Atividades de Divulgação e Redes de Contato** - A instituição contratante deve disseminar informações por meio de conferências regionais, consultorias, distribuição de material informativo e Internet. Para poder atingir o maior número possível de PME's é preciso aliar-se a representante do setor que poderão atuar de uma maneira muito mais eficaz do que as organizações.

---

<sup>46</sup> NASA (sigla em [inglês](#) de *National Aeronautics and Space Administration*) cuja tradução seria *Administração Nacional de Aeronáutica e Espaço*, é simplesmente conhecida mundialmente como a Agência Aero-Espacial estadunidense. É uma agência do [Governo](#) dos [EUA](#), criada em [29 de julho](#) de [1958](#), responsável pela pesquisa e desenvolvimento de tecnologias e programas de [exploração espacial](#).



- f) **Medição e Avaliação de Desempenho** - As organizações devem mensurar os avanços logrados relativamente à maior utilização de PME's. Por exemplo, determinar qual o montante anual que está sendo atualmente investido na contratação e terceirização de PME's. Periodicamente avaliar os resultados e ajustá-los.
- g) **Reconhecimento e recompensa** - Se o programa ou partes dele apresentarem um bom desempenho, os indivíduos, equipes e departamentos envolvidos devem ter seus méritos reconhecidos. Além disso, reconhecer e recompensar também aquelas PME's que tenham se sobressaído no cumprimento de seus contratos.

Os resultados de todas as políticas de incentivos, descritas e comentadas neste capítulo, mostra que os resultados práticos sobre as compras efetuadas das Pequenas Empresas pelo poder público nos Estados Unidos foram de 23% nas contratações diretas e de 40% com subcontratações.

### 3.3 ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA ÁFRICA DO SUL

Conforme estudos realizados por Franklin Covey – Brasil Líder Global em Gestão<sup>47</sup>, em cinco países africanos: Botswana, Quênia, Malawi, Suazilândia e Zimbábue. “Os resultados evidenciaram que o surgimento de novos negócios (criação de empresas) na África era, até a pouco tempo, virtualmente inexistente (Liedholm, 2001). Os números são em muitos casos meramente indicativos e dadas as técnicas usadas, demonstram estimativas de baixo coeficiente (lower-bound)<sup>48</sup> na magnitude envolvida. A maioria das novas firmas criadas (PME's) são negócios de uma pessoa e por isso são tipicamente menos eficientes e menos lucrativas. Com relação às PME's no Zimbabuê, Daniels (1995)<sup>49</sup> indica que os elementos determinantes na criação de novas empresas diferem entre as atividades de alto e baixo retorno (lucro). Para as

<sup>47</sup> Ver: [www.franklincovey.com.br](http://www.franklincovey.com.br); e <http://pt.shvoong.com/business-management/management/1705689-din%C3%A2mica-das-MPEs-%C3%A1frica-am%C3%A9rica/>

<sup>48</sup> Lower-bound – é o mesmo que baixa participação (nossa tradução)

<sup>49</sup> Daniels, Lisa, Donald C. Mead and M. Musinga (1995). "Employment and Income in Micro and Small Enterprises in Kenya: Results of a 1995 Survey." DAI: GEMINI Technical Report

atividades de alto retorno, o capital inicial exigido, a experiência dos empreendedores e o nível de regulação, são barreiras o início dos negócios.

Para as atividades de baixo retorno, a taxa de novas empresas está relacionada (inversamente) apenas com o nível agregado da atividade econômica; para essas empresas, quanto mais baixo for o nível do agregado da atividade econômica, mais alta será a taxa de abertura. Refletindo a importância do fator “dificuldades” (push-factor) na criação de empresas. Importante, ainda nesses fatos é que não há escassez de empreendedores (sentido Schumpeteriano 1982), ou seja, existem indivíduos dispostos a correr o risco de estabelecer um novo negócio.

Quanto ao encerramento de empresas os documentos pesquisados demonstram que apenas uma minoria das falências pode ser atribuída ao tradicional *business failure*<sup>50</sup>, resultado da inviabilidade econômica e financeira das empresas. A baixa procura e a falta de capital de giro são os dois motivos mais apresentados como as causas principais do encerramento de empresas. Outras causas são: “razões pessoais”, como doença ou reforma; “melhores opções”; ou porque “o governo forçou o seu encerramento”. A maioria dos encerramentos ocorre ainda durante os primeiros anos de existência das empresas. No Botswana, Quênia, Suazilândia e Zimbabué, mais de 50% das empresas desses segmentos “fechou as portas” nos primeiros 3 anos de sua abertura. Claramente, as empresas na África do Sul são particularmente vulneráveis e frágeis nos anos iniciais quando ainda estão a aprender a mover-se no mundo dos negócios (Liedholm, 2001)<sup>51</sup>.

**Quanto às compras públicas na África do Sul** o documento de número 16.317, de março de 1995 e Lei Nacional da Pequena Empresa, de 1996. Possui um programa estruturado e avançado de Uso do Poder de Compra do Estado desde 1995, que, inicialmente, teve como base um Plano Interino de 10 pontos (Watermeyer, Letchmiah & Gounden, 1995; table of contents)<sup>52</sup>. A Constituição da República da África do Sul, aprovada em 1996, passa a prever expressamente o uso do poder de compra do Estado, no artigo 217.

<sup>50</sup> Não tiveram sucesso empresarial. A tradução é nossa.

<sup>51</sup> Liedholm; Carl A contribuição das PMES na criação de emprego e riqueza tem sido reconhecida de forma crescente por todo o globo. 2001.

<sup>52</sup> Fonte: XI Congresso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Ciudad de Guatemala, 7 -10 Nov. 2006, O uso do poder de compra do Estado para a geração de emprego e renda e o desenvolvimento local Todos os créditos são de Rafael Setúbal Arantes - Os 10 pontos são: Acesso à Informação concurso, 2. Tender Advice Centres (TAC), 3. Revisão dos procedimentos de adjudicação de contratos inferiores a R \$ 7 500; 4. Levantamento da Segurança / Cauções, 5. Break-out Públicos (em embalagens mais pequenas Contratos); 6. Pagamento antecipado Cycles; 7. Preferências / Segmentação; 8. Simplificação da apresentação de propostas Requisitos; 9. Nomeação de um Provedor Procurement; 10. Classificação da Construção e Engenharia Contratos.

No ano de 1997 o Parlamento aprovou o “Livro Verde de Reforma das Compras Públicas na África do Sul” que serve como base para o Uso do Poder de Compra do Estado na África do Sul (Watermeyer, Letchmiah & Gounden, 1995: 2).

Este Livro Verde da África do Sul reconhece a capacidade do direcionamento das compras públicas como instrumento de geração de emprego e desenvolvimento econômico e social, que deve complementar a política macroeconômica.

O Documento estabelece ainda os objetivos de longo prazo para as contratações públicas afirmativas, que devem ter como foco o desenvolvimento dos recursos humanos.

Tem ainda como princípio de política reparar as distorções criadas pelo regime de apartheid, de modo a gerar emprego e renda para os que estavam em desvantagem econômica e social, por meio do desenvolvimento das MPE's como estratégia de redução da pobreza e do desemprego.

Não foram localizados números referentes às compras públicas efetuadas de MPE's, na África do Sul.

### 3.4 MICRO E PEQUENA EMPRESA NA AMÉRICA LATINA

Para dar um panorama sobre às Micro e Pequenas Empresas na América Latina, será usado como referência os dados registrados pela Organización Latinoamericana de La Micro, Pequeña y Média Empresa - OLAMP, que é uma entidade internacional sem fins lucrativos, constituída a mais de trinta anos, e integrada mais de 30 instituições públicas e associações privadas, pertencentes a 19 países, destinada a promover e difundir o fomento e o desenvolvimento desse segmento das empresas nos países de língua latina.

Como nas outras regiões destaca-se, também, a crescente importância que a pequena e média empresa tem assumindo no processo econômico e social dos países ocidentais, levou as nações desenvolvidas a realizar, periodicamente, eventos internacionais visando o intercâmbio de informações e experiências que possibilitassem criar condições para o crescimento e progresso deste importante segmento.

Os objetivos da OLAMP é realizar esforços comuns e em conjunto para que os programas de desenvolvimento nacionais, binacionais, multinacionais ou regionais, incorporem o fortalecimento e sustentabilidade da pequena e média empresa. Visa contribuir para a integração competitiva das PME's nos mercados nacionais e internacionais. Tem como meta estimular o intercâmbio de conhecimentos, experiências, capacitações e atividades de inovações tecnológicas e científicas que permitam a otimização e modernização das PME's. e ainda, Promover a execução de ações conjuntas que permitam o fortalecimento do segmento das PME's em nível da América Latina.

Dos afiliados dessa Instituição podemos destacar os seguintes países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Guatemala, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguay e Venezuela.

Outro trabalho que serviu de base para este estudo foi um documento elaborado no âmbito do Convênio CEPAL/SEBRAE, denominado Políticas de Apoio às Pequenas e Médias Empresas na América Latina: Proposta Metodológica<sup>53</sup>. Mostrou que a maioria dos países pesquisados possui algum tipo de políticas de incentivos às Micro e Pequenas Empresas (Relatório Parcial, Comissão Econômica para a América Latina - CEPAL, 2003)

O princípio que tem norteado o debate das relações econômicas internacionais nestes tempos de globalização de tratamento desigual para os desiguais também está presente na concepção das políticas desenhadas nos países selecionados para fortalecer às MPE's.

Estas políticas partem da idéia que a promoção de tais empresas mostra-se tanto como uma alternativa de dinamizar os tecidos econômicos existentes ou tornar as configurações produtivas mais inovadoras e flexíveis quanto como uma alternativa para geração de postos de trabalho cada vez mais escassos com os processos de racionalização e enxugamento das grandes empresas, desde os anos 1990.

De uma forma geral a Argentina, Brasil e México possuem políticas de apoio para todos os temas pesquisados. Apenas Cuba não foi possível encontrar informações referentes a essas políticas pesquisadas. Para os países em que a informação não foi encontrada teria que se tentar

---

<sup>53</sup> COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA E O CARIBE - Escritório no Brasil - POLÍTICAS DE APOIO ÀS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NA AMÉRICA LATINA: PROPOSTA METODOLÓGICA – elaborado pela Sra Lia Hasenclever\*. - Documento elaborado no âmbito do Convênio CEPAL/SEBRAE. \*/ Professora do Instituto de Economia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, com a colaboração de Beatriz de Castro Filho, Carlos Pacheco, Débora Duque Estrada, Leonardo Muls e Rodrigo Lopes, alunos da UFRJ.

outra forma de busca para se saber se o mecanismo de apoio realmente é inexistente, ou apenas não está disponível na Internet. Já nos países em que a política está apenas expressa em mecanismo legal, não foi possível saber se este dispositivo legal já está regulamentado sob a forma de apoio específico às MPE's; terá que pesquisar diretamente junto ao país em questão.

Sobre o tema “**condições diferenciadas para abertura de empresas**”, em 50% dos países selecionados (Argentina, Bolívia, Brasil, Equador, México e Peru) foi possível identificar este mecanismo para as MPE's. Especificamente, observou-se a existência de trâmites legais simplificados para a constituição de novas empresas, porém, em alguns casos observou-se que existem condições diferenciadas para abertura de empresas que estão relacionadas a incentivos fiscais ou creditícios.

Sobre as políticas públicas de “**tratamento tributário diferenciado**”, em 41,7% (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile e México) dos países selecionados foi possível identificar alguma forma deste mecanismo. Percebe-se que a maioria dos países ou possui dispositivos legais para o estabelecimento de tratamento diferenciado, sendo que a abrangência deste tratamento em relação às áreas de tributação é relativamente heterogênea, principalmente quando se trata de países que possuem um regime fiscal de tributação sobre venda única e países que possuem um regime fiscal de tributação nas diferentes esferas de governo. Em alguns casos como a Argentina que concede um crédito fiscal, no Brasil, Bolívia e do Peru, onde é oferecida uma forma de tributação simplificada.

O “**tratamento diferenciado no acesso ao crédito**” foi o item que se apresentou como a modalidade mais relevante para as MPE's da América Latina. Identificando vários tipos de apoio, que vão desde créditos para a capacitação; fortalecimento das instituições financeiras locais através da criação de fundos de garantia de créditos; créditos para quitação de dívidas financeiras e fiscais, como é o caso da Argentina; para informatização e modernização; até para financiamentos tradicionais de custeio e capital.

De nada adianta estudar e descrever o papel das MPE's na economia local, regional e nacional, sem antes traçar metas e definir políticas de incentivos para a inclusão desses segmentos no mercado internacional, aqui neste estudo estará sendo tratado como “acesso a mercados externos”. Já faz algum tempo que em muitos países observou-se uma preocupação de estimular a exportação destas empresas, através de financiamento específico e orientações seguras desde o

fomento, acesso a informações, formação de consórcios, até créditos específicos. Destacamos neste parágrafo o exemplo do Chile.

Em relação ao “tratamento diferenciado no acesso a tecnologia, informação, programas de capacitação e treinamento etc.”, em todos os países estudados foi possível encontrar algum tipo de ação e ou programas.

Nas **compras públicas** existe, em alguns casos, o tratamento diferenciado para favorecer às MPE's participarem das contratações com o poder público, ou seja, em 41,7% (Argentina, Brasil, Costa Rica, México e Peru).

Observou-se que praticamente todos os países possuem legislações a este respeito, sendo que as diferenças estão no tipo de tratamento diferenciado e na forma como esta preferência está visível às MPE's. Como exemplos podem ser citados: Peru<sup>54</sup> que mantém um portal específico para que os empresários desse segmento tenham acesso e possam acompanhar os editais de compra do governo e a participação nas compras públicas está na ordem de 40%<sup>55</sup>. A Argentina reserva 10% de toda a licitação pública para as MPE's. Na Colômbia apenas indicam possibilidade de tratamento preferencial. Costa Rica prevê um tratamento diferenciado à MPE somente em relação à empresa estrangeira.

No Chile<sup>56</sup> depois da implantação de políticas diferenciadas a participação das micro e pequenas empresas nesta fatia do mercado que chamamos de “compras públicas”, está no patamar de 27,6%.

O Brasil possui um tratamento diferenciado e simplificado, motivo principal desse trabalho que será comentado no próximo capítulo.

---

<sup>54</sup> Fonte: CONSUCODE – 2004, créditos do Dr. André Spinola, Consultor do SEBRA-NA

<sup>55</sup> Fonte: Chile Compra – 2006, créditos do Dr. André Spinola, Consultor do SEBRA-NA

<sup>56</sup> Fonte: Chile Compra – 2006 – créditos para o Dr. André Spinola, Consultor do SEBRAE-NA.

## 4 O CENÁRIO NACIONAL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL

Neste capítulo será apresentado um breve histórico do cenário nacional das MPE's, os números dos negócios; o comportamento empreendedor; dificuldades para gerir os negócios; as participações na economia brasileira, principais gargalos; e as legislações existentes voltadas para esse setor.

Utilizamos como parâmetros os exercícios de 2001 a 2008, no que diz respeito a execução dos orçamentos da união, estados e municípios brasileiros. Os registros do Governo Federal: Ministério de Planejamento, Orçamento e Gestão, Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, outras pesquisas contratadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, dentre as Instituições se destacam as realizadas pelo Instituto Vox Populi, Data Folha, DIEESE<sup>57</sup> e Observatório das Micro e Pequenas no Brasil<sup>58</sup>, FIESP, dentre outras ligados ao segmento das MPE's brasileiras. Outras informações foram coletadas da Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2005) que é uma pesquisa internacional liderada pela London Business School e o Babson College (EUA)<sup>59</sup> que avalia o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis e dos mais variados graus de desenvolvimento econômico e social.

O estudo da GEM 2005 começou a análise das atividades empreendedoras quanto a estágio nos negócios denominado de taxa "TEA", subdividindo em dois tipos: os nascentes que estão em fase de implantação, até três anos e meio e os novos que já possuem os negócios em atividade pelo menos de três meses.

Outro tipo de enquadramento que o estudo utiliza é o de Empreendedores estabelecidos: que são aqueles que estão a mais tempo em atividade, ou seja, com mais de três anos e meio. Outras variáveis são levadas em consideração, que são: variáveis demográficas, idade, renda, grau de formação, renda familiar.

---

<sup>57</sup> Ver: Anuário do trabalho na micro e pequena empresa: 2008. /Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos [responsável pela elaboração da pesquisa, dos textos, tabelas e gráficos]. - Brasília, DF : DIEESE, 2008.

<sup>58</sup> Ver: Observatório das MPEs [www.sebraesp.com.br](http://www.sebraesp.com.br), Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil /Marco Aurélio Bedê, (coordenador).

<sup>59</sup> Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2005) é uma pesquisa internacional liderada pela London Business School e o Babson College (EUA), ver [http://www.comicro.org.br/download/estudos%20e%20pesquisas/GEM%20-%20Empreendedorismo%20no%20Brasil\\_2005.pdf](http://www.comicro.org.br/download/estudos%20e%20pesquisas/GEM%20-%20Empreendedorismo%20no%20Brasil_2005.pdf), ultimo acesso em 22 de abril de 2009.

No Brasil, não diferente de outros países, existem os **“Empreendedores por oportunidade e outros por necessidade.”**

**Os empreendedores por oportunidades** buscam uma atividade empresarial por perceberem um nicho de mercado, uma oportunidade de negócios, esses possuem grandes possibilidades de êxitos.

**Os empreendedores por necessidade** geralmente buscam abrir um negócio como último recurso de ocupação e geração de renda. É formada geralmente por pessoas que perdem seus empregos, são desprovidas de conhecimento em gestão de negócios, e muitas vezes devido a idade avançada são excluídos do mercado formal de trabalho.

A atividade dos empreendedores iniciais e estabelecidos revelou que em vários países com diferentes graus de desenvolvimento, as taxas maiores estão na Venezuela (25,0%), a Tailândia (20,7%) e a Nova Zelândia (17,6%). As mais baixas estão na Hungria (1,9%), o Japão (2,2%) e a Bélgica (3,9%). Os dois últimos países de renda alta, e o primeiro de renda média<sup>60</sup>.

No Brasil, em 2005, o Relatório Executivo da GEM 2005, mostrou que estão entre as nações que mais se criam negócios. Registrando uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%, situando-se na sétima colocação entre os participantes dessa pesquisa.

No documento que comparou o empreendedorismo brasileiro desde 2001, percebeu-se que houve uma estabilização na taxa de empreendedores até 2005, pois várias empresas foram abertas no período e quase na mesma proporção negócios são fechadas. No primeiro ano a taxa de negócios iniciais girou em torno de 14,2%, em 2002, caiu para 13,5%, 2003 atingiu 12,9%, 2004 houve uma recuperação chegando a 13,5%, no ano de 2005 com 11,3%<sup>61</sup>.

Sobre as características dos negócios pesquisados mostra que pouca novidade é apresentada, geralmente se começa um empreendimento comercializando produtos e serviços já conhecidos. Uma minoria oferece novidades, esses empreendedores são encontrados em países de renda *per capita* média.

No Brasil 82,3%, dos empreendimentos iniciais afirmaram que seus produtos não apresentam novidades, conforme dados do GEM entre 2002 e 2005. Comparativamente aos resultados internacionais esse índice é de 85,7%. Em média 5,8% dos empresários entrevistados

---

<sup>60</sup> Ver: Relatório Executivo de GEM 2005, pg 14.

<sup>61</sup> FONTE: Pesquisa de campo - GEM Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 \* Percentagem da população adulta entre 18-64 anos (Intervalo de confiança 95%), constante do Relatório Executivo – figura 2, pag 16



desse grupo afirmar que seus produtos são novidades no mercado<sup>62</sup>. Essa falta de novidades de produtos na abertura de novos negócios está na no baixo conhecimento sobre gestão de negócios por parte desse empreendedor. É prático e cômodo (não precisa inventar nada); existem vários fornecedores dos bens a serem comercializados; pouca exigência dos consumidores. Sendo assim eles são considerados empreendimentos comuns.

Os empreendimentos que oferecem novidades estão geralmente em países mais desenvolvidos onde as pessoas são mais exigentes, podem pagar mais e possuem uma maior variedade de produtos, além de ter maior acesso a informações sobre os bens que desejam consumir.

O mesmo estudo (GEM 2005) revela que nos países de renda média, os empreendedores, iniciais como os já estabelecidos afirmam utilizar alguma inovação tecnológica ou novos processos (disponíveis a menos de um ano), o que não acontece com os países de baixa renda, essa frequência é bem menor. Dois pontos podem ser destacados: um são as próprias exigências do mercado (países desenvolvidos ou em desenvolvimento), outra é que nos países com menor poder aquisitivo ou emergente existem pouca disponibilidade de tecnologia, às vezes as que são usadas já estão ultrapassadas ou antigas. Muitas vezes são apresentadas para os nossos empresários como grande inovação.

No Brasil este ponto é mais elevado, em torno de 97,4% dos empreendedores iniciais e 98,6% dos já estão em atividades, informaram utilizar tecnologias e processos existentes no mercado a mais de um ano, o que mostra que está bem abaixo do desejado e perdendo para países com o mesmo nível de renda<sup>63</sup>.

Na geração e a criação de empregos no Brasil, assim como nos demais países, a expectativa não é tão grande quanto parece. Mais ou menos 32% dos empresários não esperam criar novos empregos no prazo de cinco anos e 24% aproximadamente gerariam mais de cinco empregos<sup>64</sup>. No mesmo estudo (GEM 2005) diz que o potencial absoluto de criação de novos postos é bastante significativo.

Distribuindo por setores de atividades dos empreendedores, entre 2002 e 2005, o estudo (GEM 2005) revelou que neste país, os serviços orientados aos consumidores são o setor que mais se dedicam os empreendedores. Os que possuem pouca ou nenhuma atividade com a utilização de

---

<sup>62</sup> Ver: Relatório Executivo de GEM 2005. Pg 18.

<sup>63</sup> Idem. Pg 19.

<sup>64</sup> Ver: Índices extraídos do Relatório Executivo de GEM 2005. Pg 19.

novos Processos e ou Inovação Tecnológica, mesmo que ultrapassadas, tem maior dificuldade de prosperar. Essa situação é mais evidenciada nos setores de alimentos e os de transformação.

O interessante é que o Relatório Executivo da (GEM 2005) revelou algumas características dos empreendedores brasileiros, que são bem atuais. A grande maioria abre empresas de segmentos que já foram testados, trocando por miúdos, a fórmula é facilmente encontrada, porém vão encontrar alta concorrência, terão baixo nível de tecnologia ou mercado.

No quesito aspectos demográficos, econômicos, sociais e o comportamento empreendedor, o gênero no Brasil, em 2005, a posição apresenta um equilíbrio em relação aos países pesquisados pelo GEM 2005, aparece como o 6º no empreendedorismo feminino, com uma taxa de aproximadamente 10,8% e o 13% no masculino.

As mulheres empreendedoras brasileiras, nos negócios iniciais, ocupam uma posição internacional de destaque, o terceiro lugar, atrás apenas das americanas e chinesas.

Aqui no Brasil esse número de mulheres empreendedoras são menos atuantes à frente dos negócios. Havia dois homens para cada mulher nos negócios com mais de um ano e meio. Esses dados se equiparam em 2005, quando o comparativo foi nos empreendedorismos iniciais, deu ao Brasil a segunda posição, um homem para cada mulher, atrás apenas da Hungria, lá existe o dobro de empreendedoras em relação aos empreendedores.

Quanto à idade dos empreendedores brasileiros não se diferencia muito dos outros países, a inicial gira em torno de 25 a 34 anos, que estão em estágio inicial é de 16,6%; em seguida aparece a categoria dos 35 aos 44 anos, com taxa de 14,7%. Os empreendedores estabelecidos giram em torno de 45 a 54 anos são de 14,0%<sup>65</sup>.

A renda familiar dos empreendedores brasileiros pesquisados pela GEM 2005 mostrou uma tendência para a dinâmica internacional, que exerce uma influência direta sobre o nível de atividades dos empreendedores. Quanto maior a renda maior são as taxas, isso vale para os empreendedores iniciais quanto para os mais antigos. Em termos percentuais na faixa de acima 18 salários mínimos estão os empreendedores com maior tempo no mercado, para os que estão iniciando suas atividades este índice cai para 18,4%. A tendência mostra que quanto maior for a sobrevivência dos negócios maior será a renda das famílias desses empreendimentos.

Quanto à educação dos empreendedores no Brasil, a taxa de empreendedores iniciais (até três anos e meio) é mais escolarizada, com mais de 11 anos de estudo está na ordem dos 16,7%;

---

<sup>65</sup>

Ver: Índices extraídos do Relatório Executivo de GEM 2005. Pg 22.

com a média de quatro anos de estudo este índice baixa para 10,9%. Os empreendedores com mais de três anos e meio de atividades, os que têm acima de 11 anos escolares a taxa é de 12% e os que possuem só o ensino fundamental (até quatro) anos de estudo, essa taxa é de 8,3%. No empreendedorismo por necessidade os índices são: ensino básico de até a quarta série a taxa é de 6,2%, com mais de 11 anos de estudo registra 4,1%<sup>66</sup>. O nível de estudo dos empresários envolvidos na pesquisa do GEM 2005, nos países desenvolvidos, os negócios, geralmente, são iniciados por pessoas com nível superior. O estudo de GEM 2005 revelou que quando o assunto é empreendedorismo estabelecido, os de nível baixo de escolaridade se igualam aos de nível superior.

A dedicação ao empreendedorismo neste país, apenas 55% dos iniciais se dedica exclusivamente aos negócios, já nos que possuem mais de três anos e meio taxa aumenta para 69%<sup>67</sup>. No entanto é bem menor do que nos países de renda média e alta. Nesses, as taxas são de 70% para os empreendedores iniciais e de 80% para os já estabelecidos. Em termos comparativos um pouco abaixo que os países de renda média.

O acesso ao crédito no Brasil é uma das maiores restrições para o empreendedorismo, ou seja, uma forte barreira para a abertura dos negócios. Em todas as instituições financeiras oficiais existem legislações específicas destinadas ao acesso a créditos às MPE's. Além de possuírem uma Diretoria de micro e pequena empresa no Banco Central do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social e Banco da Amazônia para dar um tratamento diferenciado e simplificado a esses segmentos. Na prática, pouco acontece, pois, as mesmas exigências que são feitas às médias e grandes empresas, são feitas às MPE's brasileiras.

Do valor aplicado nos negócios iniciais, em torno de dois terços dos empreendimentos são abertos com menos de R\$ 10.000,00 (GEM 2002 a 2005), aproximadamente 22%, iniciaram seus negócios com a irrisória quantia de R\$ 2.000,00. Nos outros países pesquisados pelo GEM, o acesso também é mínimo<sup>68</sup>.

Sobre este panorama brasileiro vamos chamar, neste trabalho, de “investidor informal”, que geralmente são pais, filhos, cônjuges, irmãos ou netos, giram em torno de 52,1% dos investidores. Outra figura que aparece é o dos amigos e vizinhos, com 23%.

---

<sup>66</sup> Ver: Índices extraídos do Relatório Executivo de GEM 2005. Pg 22.

<sup>67</sup> Idem. Pg 23.

<sup>68</sup> Idem.

No que tange a pergunta se os empreendedores buscaram algum tipo de orientação sobre empreendedorismo, em torno de 33% dos empreendedores iniciais receberam orientações de familiares e amigos. Entre os estabelecidos, este percentual reduz-se aos 20%. No que trata da experiência profissional anterior a abertura da empresas com uma taxa 20% das menções como a principal fonte de conhecimento e aprendizado dos empreendedores estabelecidos.

Das Instituições orientadoras as menções feitas pelos empreendedores iniciais apenas 5% buscaram orientações, 9% dos estabelecidos e destaca-se primeiramente o SEBRAE, seguida de outras do sistema “S”, entre elas estão o SENAC e SENAI.

No mesmo estudo de GEM 2005, o espírito empreendedor do povo brasileiro, iniciais e estabelecidos aparece como ponto forte, excetua-se neste comentário, os empreendedores por necessidade. Eles acreditam nas próprias capacidades, possuem uma autoconfiança elevada, têm mais possibilidades de conhecer novos empreendedores, que o medo do fracasso não impediria de iniciar um novo empreendimento.

A maioria dos brasileiros afirma que consideram o início de um novo negócio como uma oportunidade desejável de carreira. O empreendedor bem-sucedido é muito valorizado na sociedade brasileira. Mais de 80% dos empreendedores iniciais consideram que, no Brasil, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm *status* e respeito perante a sociedade.

Das condições que afetam o empreendedorismo brasileiro estão: falta de apoio financeiro, ausência de políticas governamentais, não existência de programas governamentais, excesso de burocracia para a abertura de empresas, educação e treinamento ineficientes, pesquisa, desenvolvimento e transferência de tecnologia ultrapassada (mais de um ano de existência), infraestrutura comercial e profissional inadequadas, ausência de políticas públicas para a abertura de mercado e dificuldades de conquistar novos clientes, muitas barreiras na abertura de empresas, dificuldades de acesso à infra-estrutura física, baixa capacidade empreendedora, características da força de trabalho desqualificada, dentre outras.

As médias empresas representam no Brasil, em torno de 41.842 estabelecimentos, já as grandes empresa, apenas 9.294<sup>69</sup>, empresas. Existem aproximadamente 5,5 milhões de Micro e Pequenas Empresas formais no Brasil e aproximadamente 9,1 milhões de empreendimentos informais nas áreas urbanas, mais ou menos 4,1 milhões de empreendimentos na agricultura<sup>70</sup>.

---

<sup>69</sup> Ver: IPEA, 2005, com dados IBGE – CEMPRE, 2005, DNRC/MDIC.

<sup>70</sup> Ver: Pesquisa Economia Informal Urbana – Ecinf 2003 / IBGE - Relação Anual de Informações Sociais – RAIS - MTE 2003 - Jornal DCI – SP 06/10/2006. IPEA, 2005.

Às micro e pequenas empresa brasileiras geram mais empregos que as médias e grandes empresas. As empresas em operação, quando dividida por classificação, apresentam os seguintes resultados: às micro empresas geram em torno de 9.6 milhões de empregos; as pequenas empresas 5.9 milhões; às média empresas 4.1 milhões e as grandes 8.8 milhões, perfazendo um total de 28.4 milhões. Assim, o segmento das micro e pequenas empresas absorvem em torno de 54,6% da mão-de-obra. A média de empregabilidade em micro empresas é de 2 empregados, as pequenas giram em torno de 18 empregados, as médias 97 empregados e as grandes 951 empregados por empresa<sup>71</sup>.

Já no quesito faturamento às micro e pequenas empresas ficam em larga desvantagem. A média do faturamento anual, girava em torno de R\$ 22,1 bilhões, as pequenas empresas R\$ 36,2 bilhões, as médias empresas R\$ 41,4 bilhões e as grandes, com a maior fatia, no valor de R\$ 144,5 bilhões. A participação das MPE's no PIB brasileiro é de apenas 20%<sup>72</sup>.

Segmentando por setores em 2005<sup>73</sup>, temos a seguinte posição:

- a) Em 2005, na indústria o total de empresas formais representava 497.341, desse número 407.669 são compostas de microempresas e 72.359 de pequenas empresas, o que corresponde em termos percentuais o equivalente a 81,9% e 14,5%, respectivamente e apenas 3,4% estão com as médias e as grandes empresas<sup>74</sup>.
- b) Na construção civil com 126.663 empresas formais nessa época, sendo 109.336 de microempresa, representado 86,32% do montante e 13.389 de pequenas empresas, equivalendo a 10,57% respectivamente, o restante, 3,1%, ficaram com as médias 2,6% e as grandes empresas com 0,4%<sup>75</sup>.
- c) Quanto ao setor do comércio o total levantado foi de 2.535.540 empresas formais em todo o Brasil, desse número 2.415.627 estão classificadas como microempresas, que representa em termos percentuais de 95,2%, de pequenas empresas o número nacional de 111.825, correspondendo a 4,41%, as médias empresas com o montante de 7.188, representando 0,2% e como grande empresa 890, em percentual 0,04%<sup>76</sup>.

<sup>71</sup> Fonte: IPEA, 2005; com dados IBGE-CEMPRE, 2005; DNRC/MDIC.

<sup>72</sup> Ver: Fonte: IPEA, 2005; com dados IBGE-CEMPRE, 2005; DNRC/MDIC.

<sup>73</sup> Ver: IPEA, 2005, com dados IBGE – CEMPRE, 2005, DNRC/MDIC

<sup>74</sup> Idem.

<sup>75</sup> Idem.

<sup>76</sup> Ver: IPEA, 2005, com dados IBGE – CEMPRE, 2005, DNRC/MDIC

d) No setor de serviços com um montante de 1.975.360 empresas em todo o País, as Microempresas somam 1.825.237, em termos percentuais representam 92,40%, as pequenas com o total de 128.316, que representa 6,5%, as médias representam 17.127, com a participação em 0,8% e as grandes empresas com um total de 4.680, com 0,2%<sup>77</sup>.

Quando o assunto é renda familiar, de acordo com os dados levantados no IBGE 2006, por números de famílias, 45.535 milhões estão divididos por classes “A, B, C, D e E”. O rendimento mensal familiar pode ser assim demonstrado: A classe “A” está enquadrada pelas famílias que possuem um rendimento de mais de R\$ 4.000,00, o representa 9,7% do montante; a classe “B” está entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.000,00, em termos percentuais representa 14,4%; a classe “C” com 17,4% fica entre R\$ 1.200,00 a R\$ 2.000,00; a “D”, está entre R\$ 600,00 a R\$ 1.200,00, representando a 28,2%; e por último, a maior, é a classe “E”, com rendimentos de até R\$ 600,00, representando 30,3%, do rendimento mensal familiar<sup>78</sup>.

Às micro e pequenas empresas porte tem uma participação significativa em números de empresas, já por valor exportado se tornam irrisórios, os registros encontrados no Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior, em termos percentuais, no ano de 2005, representaram em números de empresas as exportações foram: às micro e pequenas empresas representaram 46,0%, médias 28,0% e grandes empresas 23,0%, o restante 3,0% de pessoas físicas<sup>79</sup>.

Quando se analisa por valor exportado, os dados no mesmo Ministério mostraram que as grandes empresas representam a maioria das exportações, em termos percentuais atingiram em no ano estudado 91,0%; às médias empresas com 7,0% e MPE's apenas 2,0%, uma participação insignificante. O volume de recursos de exportação das pessoas físicas não foi considerado.

Sobre o empreendedorismo e informalidade<sup>80</sup> 9,1 milhões de empreendimentos brasileiros estão na informalidade; 88% trabalham por conta própria; 12% são pequenos empregadores; 95,0% um único proprietário; 13,8 milhões de pessoas ocupadas; os investimentos médios são na ordem de R\$ 4.373,00; 78,7% faturam até R\$ 24.000,00 ao ano; movimentaram em

---

<sup>77</sup> Ver: IPEA, 2005, com dados IBGE – CEMPRE, 2005, DNRC/MDIC.

<sup>78</sup> Fonte: IBGE, 2006.

<sup>79</sup> Ver: IPEA, 2005, com dados IBGE – CEMPRE, 2005, DNRC/MDIC

<sup>80</sup> Definição de Informalidade, segundo IBGE, ECINF 2003 – Pertencem ao setor informal, todas as unidades econômicas de propriedade de trabalhadores por conta própria e de empregadores com até cinco empregados, moradores de áreas urbanas, sejam elas atividade principal de seus proprietários ou atividades secundárias. 2005.

2005 aproximadamente 640 bilhões. E ainda, 50,4% da pequena empresa ativa exercem atividades na informalidade.<sup>81</sup>

Para dar uma melhor visualização da situação das MPE's no Brasil<sup>82</sup>, seria preciso fazer uma abordagem sobre a mortalidade (os motivos, faturamento, conhecimento dos empresários, gênero, dentre outros) com as empresas que conseguiram sobreviver nesse período, usando os mesmos quesitos. Conforme as referencias citadas, estaremos utilizando os dados da pesquisa encomendada pelo SEBRAE Nacional e realizada pelo Instituto Vox Populi. Seguem os resultados:

Os dados da pesquisa mostrada que às micro e pequenas empresas brasileiras estão sobrevivendo mais. 78% dos empreendimentos abertos no período de 2003 à 2005 permaneceram no mercado. O resultado é considerado positivo, quando comparado com o obtido em pesquisa anterior, em que esse índice foi de 50,6%, para empresas abertas entre 2000 e 2002.

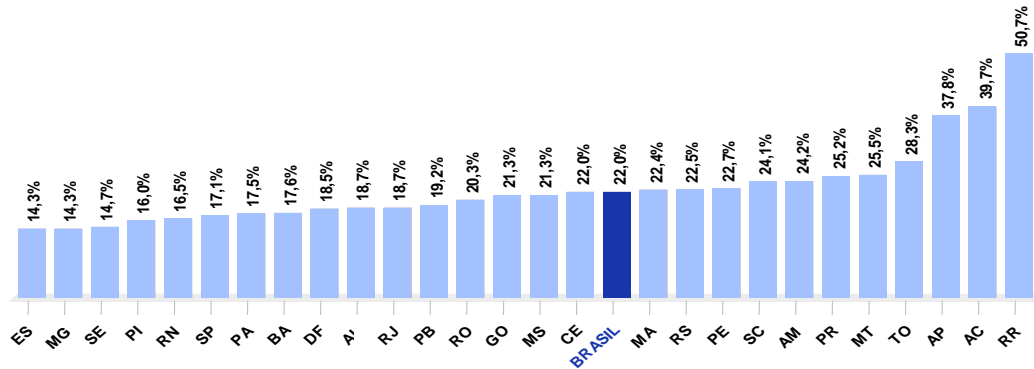
**Taxa de Mortalidade de MPE's por Estado da Federação** - segundo a mesma fonte a taxa de mortalidade das empresas no período, teve uma média nacional de 22%, o estado que apresentou a menor taxa de mortalidade foi o Espírito Santo empatado com Sergipe e Minas Gerais, com 14,3%. Os índices que se apresentaram bem elevados estão no estado de Roraima, com 50,7%. Estes dados mostram as tendências da cultura empreendedora dos estados, onde os que foram emancipados por último, os mais novos, apresentaram uma tendência negativa. O quadro abaixo mostra esse panorama em todo o País.

---

<sup>81</sup> Ver: Fonte: Economia Informal Urbana, ECINF 2003 - IBGE & SEBRAE, 2005. Jornal DCI – SP 06/10/2006. IPEA, 2005.

<sup>82</sup> Pesquisa realizada pelo Vox Populi, encomendada pelo SEBRAE Nacional, para subsidiar as propostas da Lei Geral das MPEs

## Taxa Estadual de mortalidade de MPE constituídas em 2005



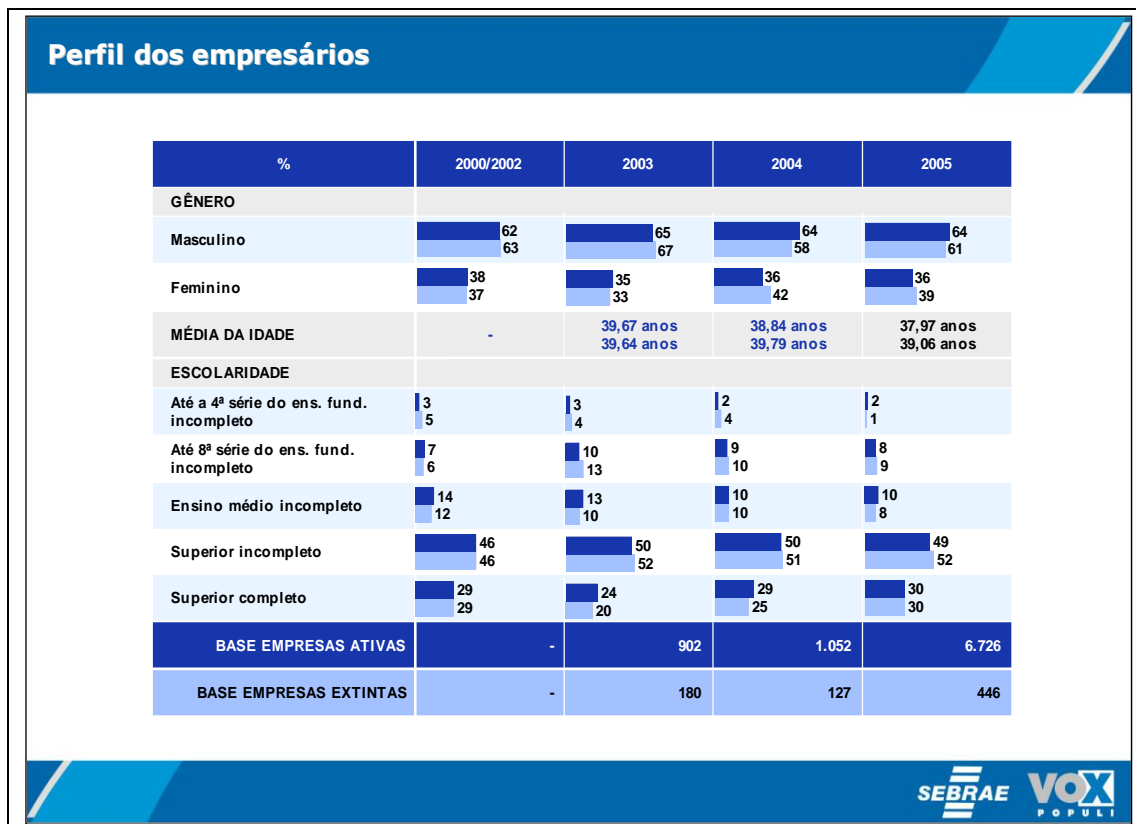
### Gráfico 1 - Taxa de mortalidade de MPE's constituídas em 2005

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

**Perfil dos Empresários das empresas Inativas e ativas** - o empresário das empresas estabelecidas de 2000 a 2002, o sexo masculino girava em torno de 62%, em 2003 passou para 66%, teve uma redução em 2004 para 64% e mantendo-se neste mesmo nível em 2005. O feminino com 38% em 200/2002 com 38%, em 2003 36%, voltando para 38% em 2004e 2005.

Quando a pesquisa compara os dados das empresas extintas, o sexo masculino em 2000 a 2002 era de 37%, teve uma leve queda para 33% em 2003, crescendo para 42% em 2004 e fechando em 39% no ano de 2005. Ver Gráfico 2 abaixo.





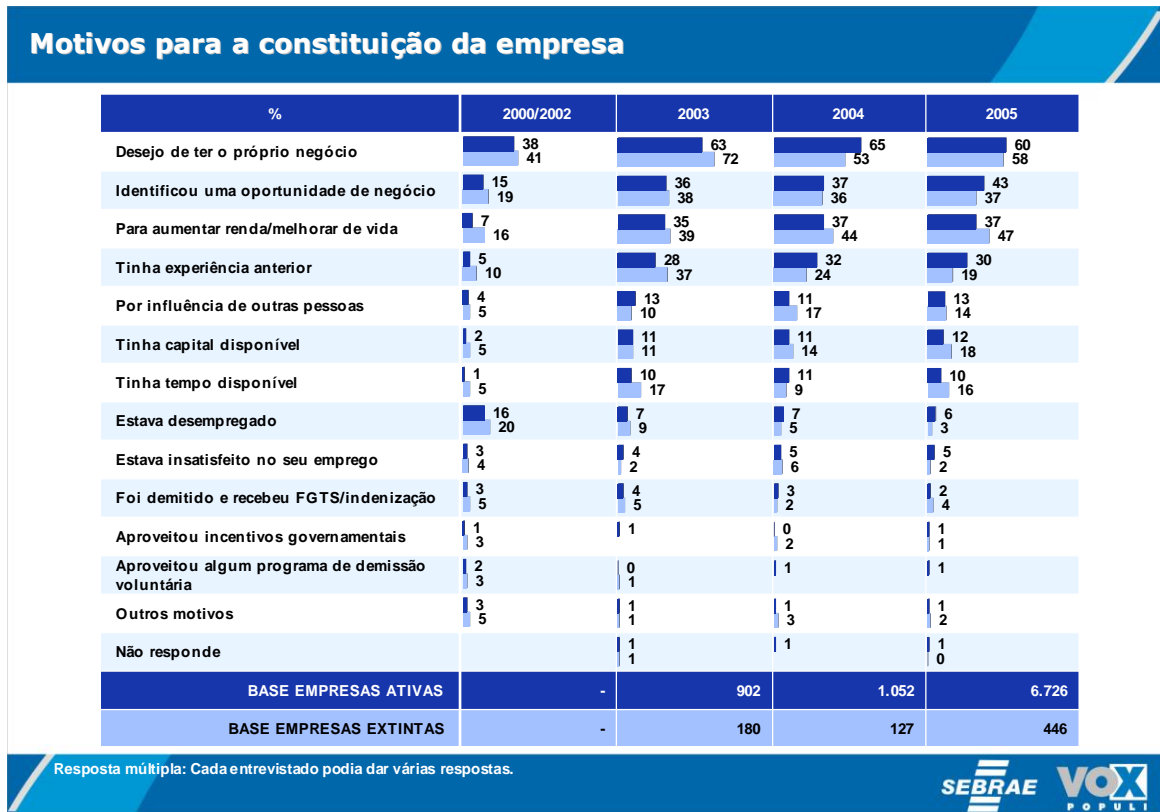
**Gráfico 2 – Perfil dos Empresários**

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

**Sobre os motivos que levaram os empresários a constituírem as empresas** - A pesquisa procurou identificar os motivos que levaram os empresários a abrir uma empresa, tendo por base as empresas ativas e extintas. O quesito que apresentou maior tendência foi **“O desejo de ter o próprio negócio”**. Nas ativas em 2000 a 2002 apresentou um índice de 38%, subindo em 2003 para 63%, com um leve crescimento em 2004 para 65% e uma redução em 2005 para 60%.

Das empresas inativas os dados são os seguintes: no mesmo quesito do parágrafo anterior, no ano de 2000 a 2002 estava em torno de 41%, subindo para 72%, em 2003, uma queda para 53% em 2004, foi para 58% em 2005.

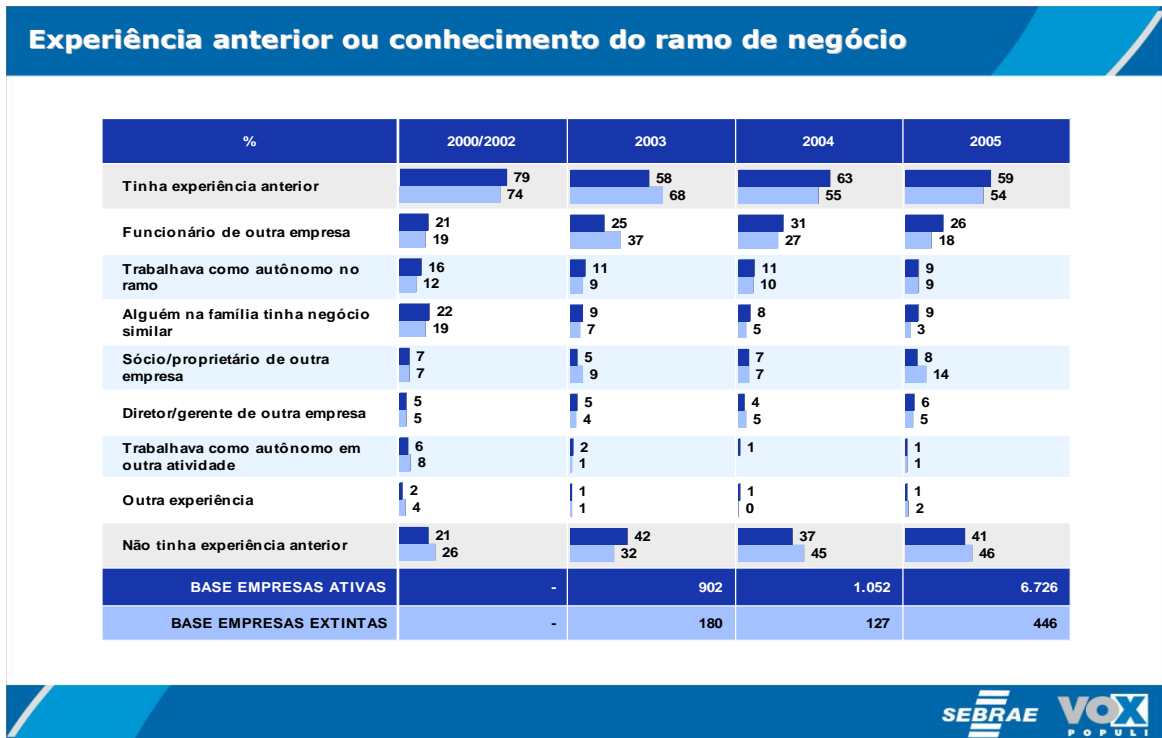
O quesito que aparece em segundo lugar **“identificou uma oportunidade de negócios”**, com as seguintes taxas: negócios ativos em 2000 a 2002 com 15%, subindo para 36% em 2003, 37% em 2004 e crescendo para a taxa de 43% em 2005. Já nas empresas extintas essas taxas foram em 2000 a 2002 de 19%, passando em 2003 para 38%, em 2004 para 36% e 37% em 2005. No Gráfico 3, abaixo, pode ser melhor visualizado.



### Gráfico 3 – Motivos para a constituição da empresa

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

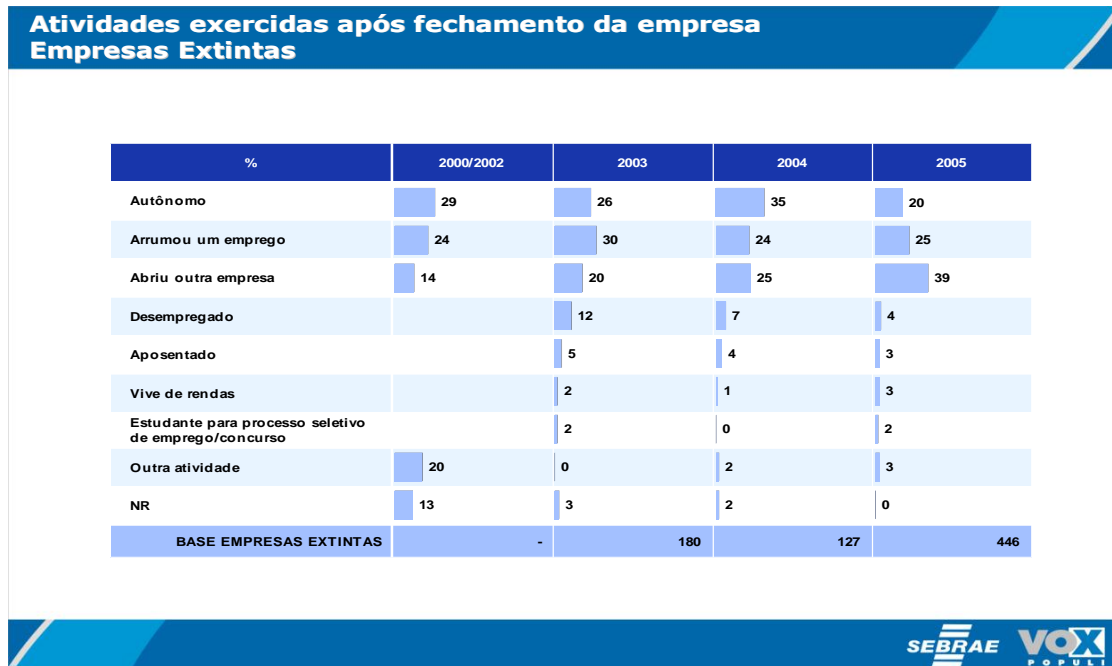
**Experiência anterior ou conhecimento de negócios dos empresários de empresas ativas e inativas** - dos entrevistados, tanto empresários das empresas ativas como as inativas tinham experiência anterior sobre negócios. Nos anos de 2000 a 2002, para as ativas 79% disseram possuir experiência. No mesmo período as que encerraram as suas atividades com 74%, estas taxas variaram em 2003, empresas ativas com 58%, inativas com 68%, em 2004 ativas com 63% e inativas com 55%, em 2005 as ativas em torno de 59% e as inativas 54%. No Gráfico 4, abaixo, pode ser melhor visualizado:



**Gráfico 4 – Experiência anterior ou conhecimento do ramo de negócio**

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional.

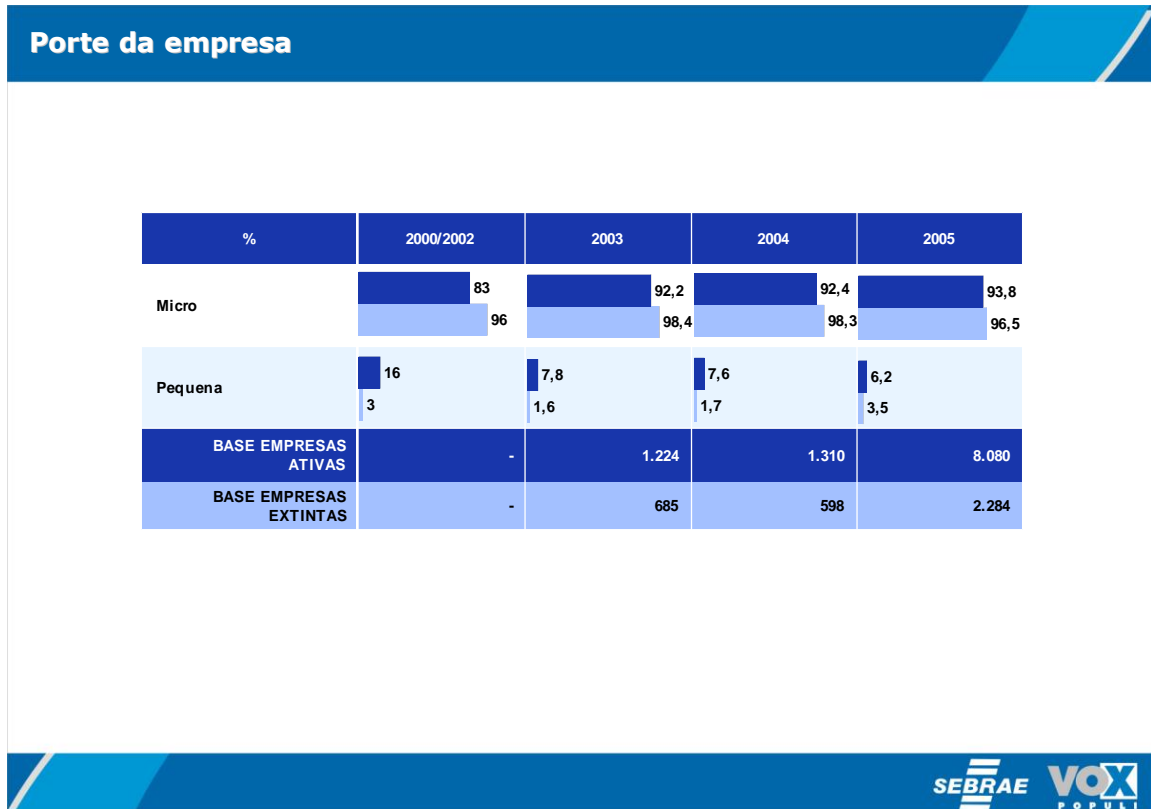
**Quais as atividades que os empresários foram exercer depois que fecharam as empresas?** As respostas estão demonstradas no Gráfico 5 abaixo.



**Gráfico 5 – Atividades Exercidas após o fechamento da Empresa**

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

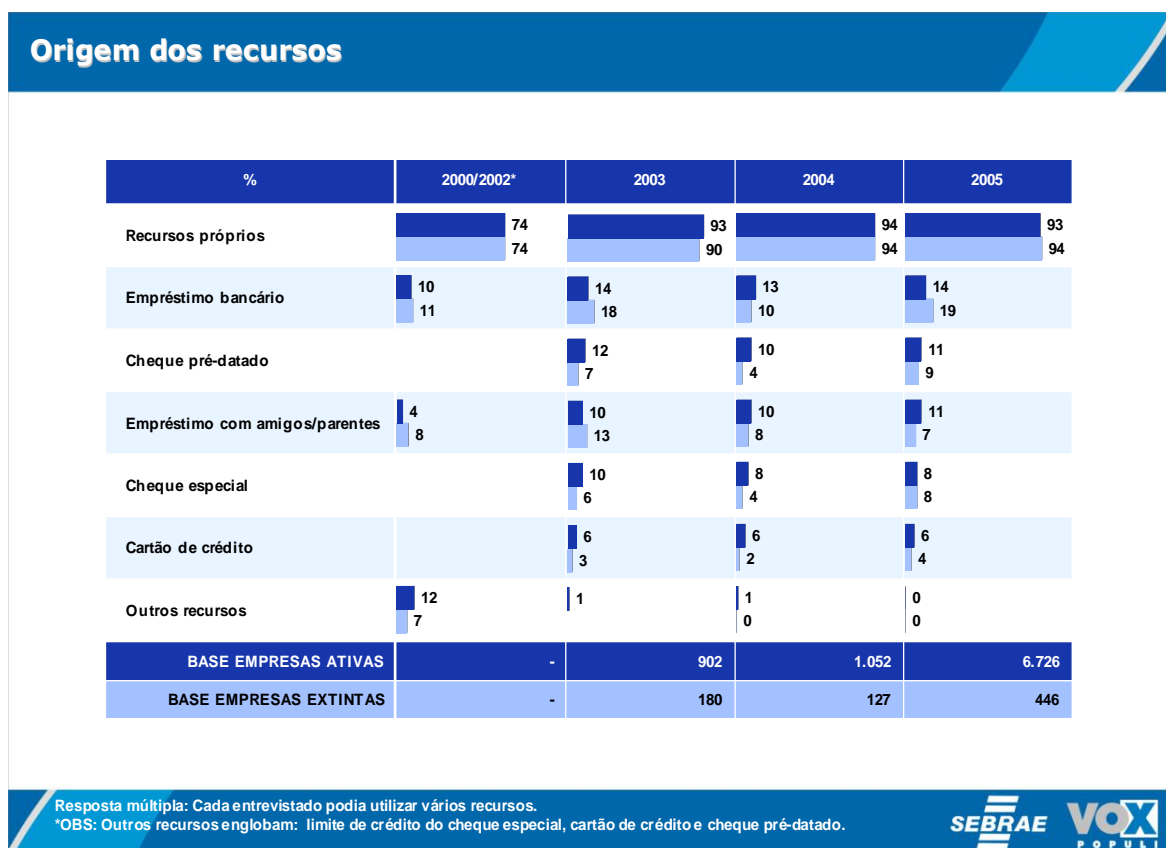
**Quanto ao porte das empresas** - as Microempresas lideraram o ranking, nos anos de 2000 a 2002. Das ativas as taxas eram de 83%, em 2003 com taxas de 92,2%, já no ano de 2004 foi de 92,4% e em 2005, de 93,8%. Nas empresas extintas somaram 96% em 2000 a 2002, em 2003, 98,4%, no ano de 2004 esse número chegou a termos percentuais a 98,3%, fechando em 2005 com 96,5% de MPE's. Visualização no Gráfico 6 a seguir:



**Gráfico 6 – Porte da Empresa**

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

**Origem dos Recursos para o início dos negócios** - Os recursos utilizados na abertura dos negócios das micro e pequenas empresas são quase que na totalidade recursos próprios (venda da casa, carro e outras economias), tanto nas empresas ativas, como nas inativas nos anos de 2000 a 2002. Ficou empatado, com taxa de 74%, em 2003, nas ativas apresentou uma taxa de 93%, as inativas com 93% e inativas. Com 90%, no ano de 2004 novamente aparece um empate entre elas, com taxa de 94% e em 2005 ativas com 93% e 94% as inativas. O acesso aos recursos provenientes de instituições financeiras é limitado ou difícil. Ver Gráfico 7:

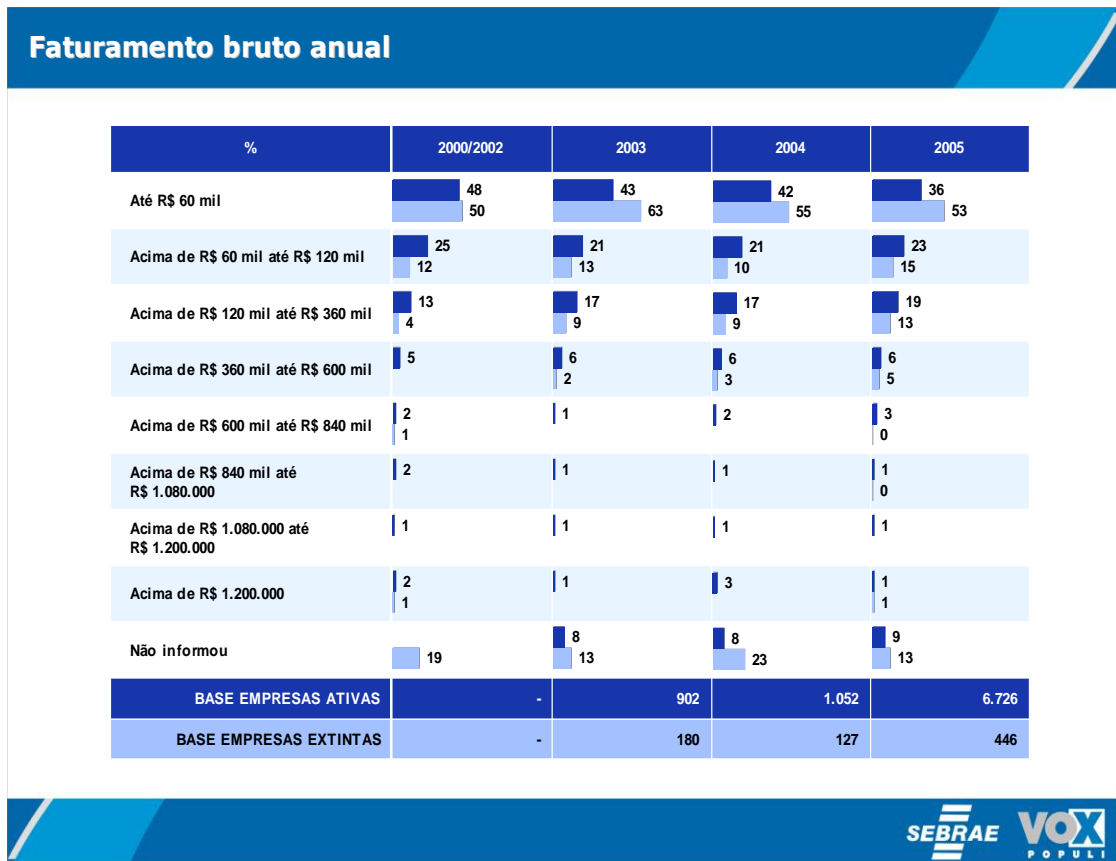


### Gráfico 7 – Origem dos Recursos para abrir a empresa

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

**Faturamento Bruto Anual das MPE's** – separando-se por faixa de faturamento bruto anual até R\$ 60.000,00, de R\$ 60.000,00 a R\$ 120.000,00 e assim por diante, até o faturamento acima de R\$ 1.200.000,00. Revelou que na primeira faixa, estavam enquadradas as menores receitas, ou seja, com 48% para as empresas ativas em 2000 a 2002, 43% em 2003, 42% em 2004, e 36% no último ano. Para as inativas 50% na primeira fase, 63% em 2003, 55% em 2004 e fechando 2005 com 53%.

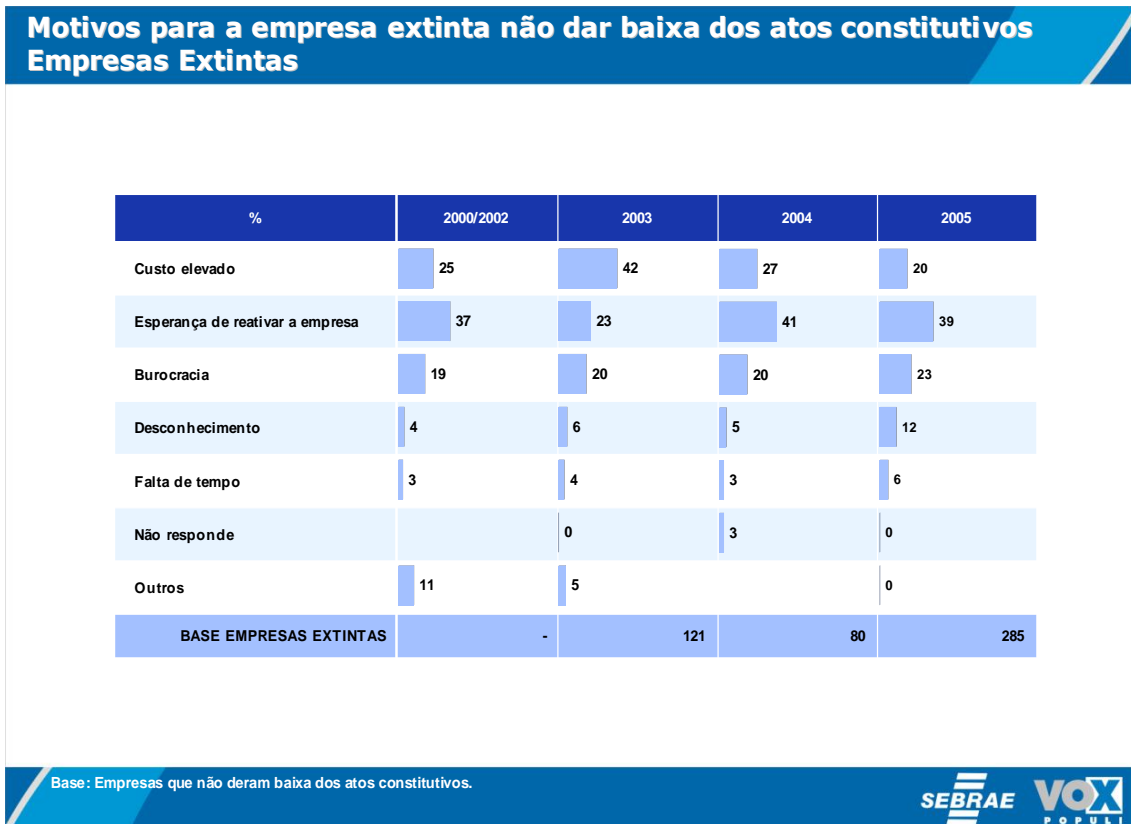
Assim se pode dizer que a média do faturamento das empresas tanto ativas como inativas chegaram a 42,2% para as empresas ativas e inativas com 55,2% nessa faixa. Ver Gráfico 8.



**Gráfico 8 – Faturamento bruto anual**

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

**Quais foram os motivos que levaram as empresas a serem extintas e não darem baixa nos atos constitutivos?** Conforme se demonstra no Gráfico 9 a primeira resposta foi o custo elevado, a segunda a esperança de poder reativar a empresa, em terceiro lugar foi o excesso de burocracia. Destacou-se ainda, que em menor proporção foi o desconhecimento de que precisava dar baixa nos registros.

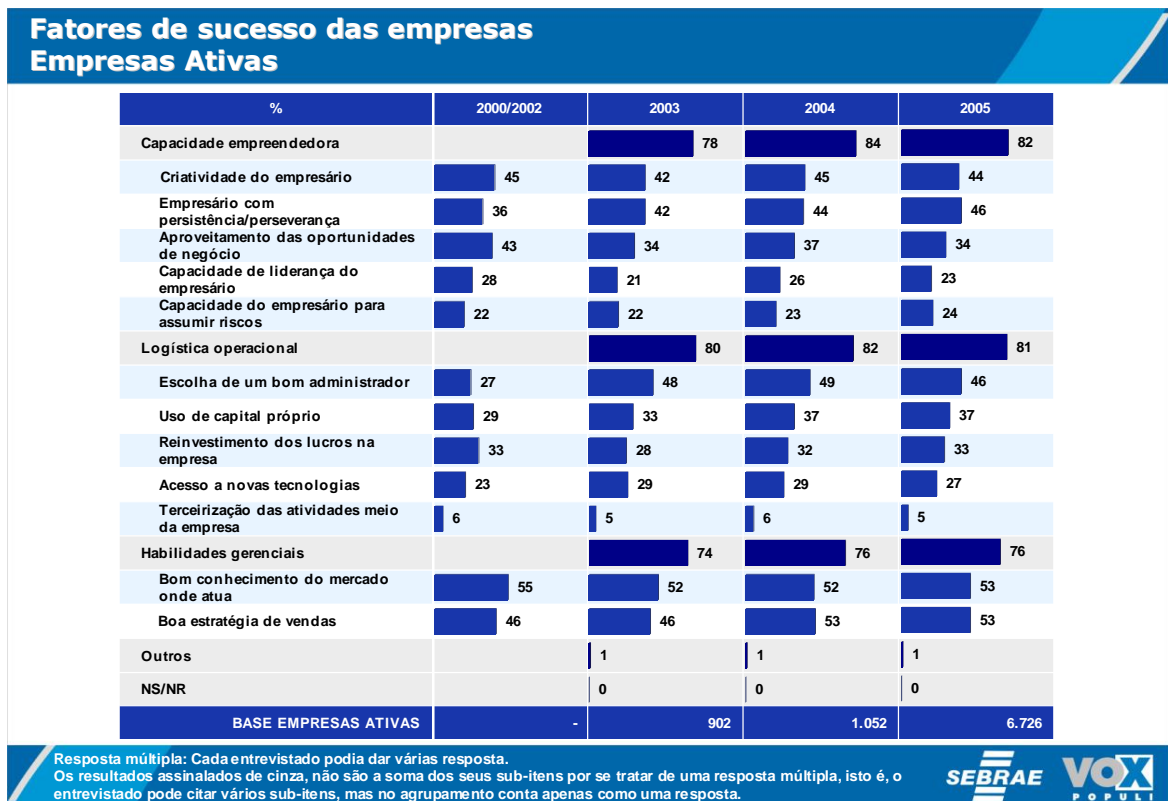


**Gráfico 9 – Motivos para a empresa extinta não dar baixa dos atos constitutivos**

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

**Fatores de Sucesso das Empresas Ativas** - vários foram os pontos revelados pelos empresários como condicionante ao sucesso em conseguirem permanecer com as empresas funcionando. Dentre eles está à capacidade empreendedora (criatividade dos empresários, persistência, perseverança, liderança e capacidade de assumir riscos), com taxas que variavam em 2003, com 78%, em 2004 aumentou para 84% e em 2005 foi de 82%.

Outro ponto que merece destaque é o da Logística Operacional (desde a escolha de um bom administrador, uso do capital próprio, reinvestimento dos lucros na empresa, acesso a novas tecnologias, terceirização das atividades meio da empresa). As sínteses deste quesito foram: em 2003 de 80%, em 2004, aproximadamente 82% e em 2005 foi de 81%. Como terceiro colocado aparece às habilidades gerenciais com 74% em 2003, 76% em 2004 e em 2005 76%. No Gráfico 10 se pode uma melhor percepção desta realidade:



### Gráfico 10 – Fatores de Sucesso das empresas ativas

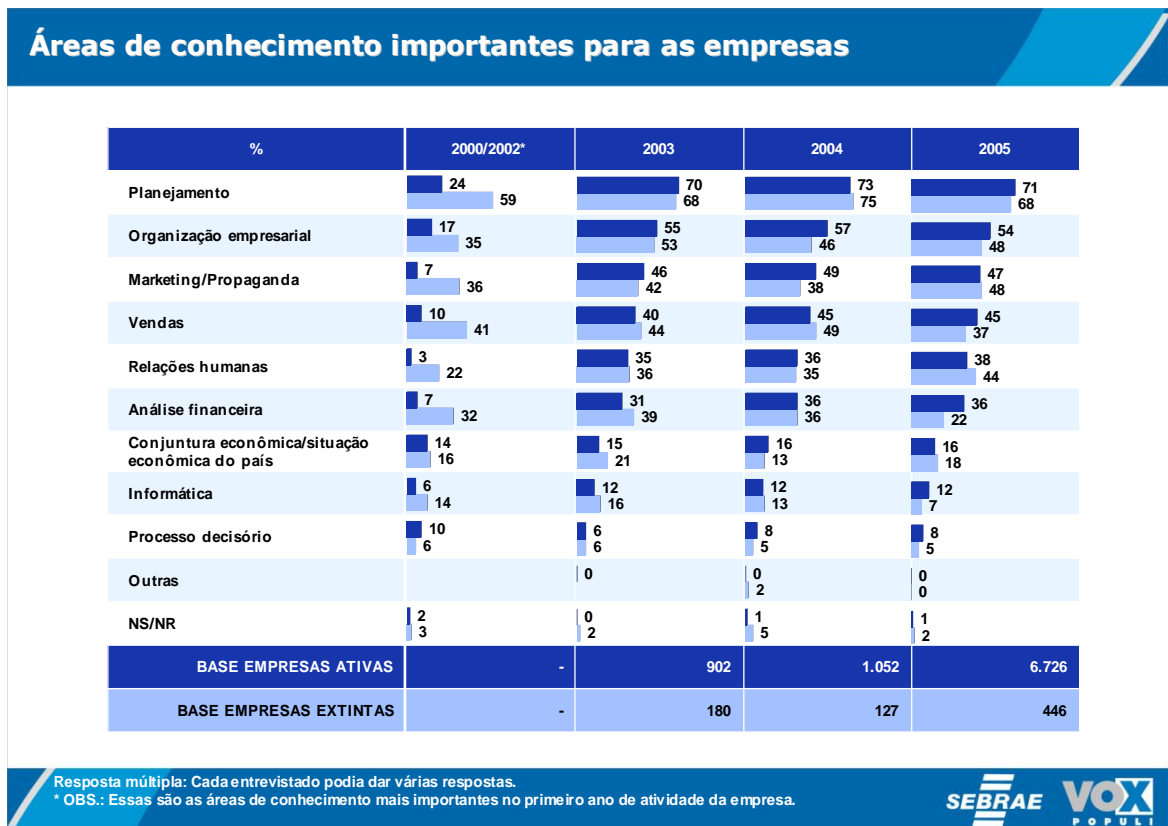
Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional.

#### Quais as áreas do conhecimento são importantes para as empresas desse segmento?

O planejamento aparece disparado como fator preponderante para o sucesso das empresas, onde os índices foram em 2000 a 2002, com 24%, passando para 70% em 2003, 73% em 2004 e 71% em 2005, para as empresas ativas. O que causa certa inquietação é que quando os dados são analisados das empresas inativas essas taxas são altas. O mesmo pode ser observado no quesito organização empresarial, marketing, vendas, relações humanas, dentre outras. Ver Gráfico 11.

Pode, assim, afirmar que no caso de empresas extintas, os responsáveis pela gestão tinham conhecimento, e o que faltou foi colocar esses conhecimentos em prática.





**Gráfico 11 – Áreas de conhecimento importantes para as empresas**

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

**Dificuldades de Gerenciamento da empresa ativa e as razões para o fechamento das empresas - extintas** - as respostas para estes quesitos foram: “Políticas Públicas” e Arcabouço Legal (carga tributária, falta de crédito e problemas com a fiscalização), empresas ativas com 71% no ano de 2003, 74% em 2004 e 2005 com 73%. Para as empresas extintas as taxas são um pouco menores, em 2003 a taxa foi de 52%, 2004 de 56% e em 54% no ano de 2005.

As causas conjunturais aparecem em segundo lugar (concorrência muito grande e forte, inadimplência dos clientes, recessão econômica e falta de clientes).

Falhas gerenciais aparecem bem destacadas nas empresas inativas (falta de capital de giro, problemas financeiros, falta de conhecimento gerencial, ponto ou local inadequado, desconhecimento do mercado e qualidade do produto ou serviço), com taxas de 69% em 2003, em 2004 de 75% e 2005 foi de 68%.

A logística operacional também aparece como um ponto importante. No gráfico 12 se pode melhor visualizar:



## Gráfico 12 – Dificuldades no gerenciamento da empresa ativa e razões para o fechamento da empresa – empresas extintas

Fonte: Elaboração e créditos são do Instituto Vox Populi e do SEBRAE Nacional

### 4.1 FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DESENVOLVIDAS PELO GOVERNO BRASILEIRO VOLTADO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

A Constituição Federal do Brasil de 1988 trouxe em seu texto, que às micro e pequenas empresas brasileiras, deveriam receber da União dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, tratamento diferenciado e simplificado, buscando o desenvolvimento e a sustentabilidade desses segmentos, e ainda:

- α) Combate à pobreza pela geração de trabalho, emprego e melhor distribuição da renda;

- β) Redução da informalidade na contratação de mão-de-obra e fortalecimento do tecido social e econômico do País;
- χ) Interiorização do desenvolvimento pela promoção de iniciativas locais e dos arranjos produtivos;
- δ) Incremento da atividade produtiva nacional, com conseqüente ampliação de oportunidades e da base de arrecadação de impostos;
- ε) Simplificação, desburocratização e justiça fiscal, os grandes eixos e objetivos visados pela proposta de Reforma Tributária.

A campanha pela valorização das pequenas empresas brasileiras despontou mais fortemente a partir dos anos 80. Naquela época, o marco foi à inclusão, na Constituição de 1988, de dois artigos – os de nº 170, inciso IX, e 179 – instituindo tratamento jurídico diferenciado para o setor. Nos anos 90, registraram-se dois esforços para regulamentação dos artigos 170 e 179: a Lei do Simples e a criação do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Esses mecanismos, entretanto, mostraram-se insuficientes.

Já a com as mudanças introduzidas na Constituição de 1988, pela Reforma Tributária, prevendo-se no artigo 146, a elaboração de uma “Lei Complementar” para o setor, trouxe o que chamamos de um novo marco regulatório. Dentre outros o poder de criar e fomentar um ambiente favorável aos pequenos negócios, na medida em que reuniu todos os estímulos necessários para dar suporte e servir de alavanca aos pequenos negócios. Essa nova regulamentação viria melhorar, uniformizar e simplificar as várias legislações hoje existentes com relação aos direitos e obrigações das pequenas empresas – nos planos federal, estadual e municipal. Ao racionalizar a carga tributária que incide sobre os pequenos negócios, a Lei Geral teria um papel relevante tanto para os contribuintes como para os agentes fiscais, o que resultaria em aumento de competitividade das pequenas empresas e ampliação da capacidade produtiva do setor.

Tão logo o tema das reformas estruturais (tributária, previdenciária e trabalhista, em especial) voltou à ordem do dia, no começo de 2003, com a mudança de governo na esfera federal, as entidades de representação e apoio ao setor da pequena empresa saíram a campo para “apresentar sua contribuição ao debate e pleitear aquilo que lhes parece legítimo e consoante com o interesse nacional”.

Teve um papel fundamental neste contexto, o Conselho Deliberativo Nacional do Serviço de Brasileiro de Apoio às Micro e Pequena Empresa - SEBRAE, que ficou como responsável para

traçar as políticas e estratégias gerais de atuação, instituindo normas e orientando o trabalho de todo o conjunto, bem como dos Conselhos Deliberativos Estaduais (CDEs), o Movimento Nacional das Micro e Pequenas Empresas (Monampe), a Associação Brasileira dos SEBRAEs/Estaduais (Abase).

O mote da campanha nacional foi: **“O que é bom para os pequenos negócios é bom para o Brasil”**<sup>83</sup>, assim começou um trabalho em todos os estados, organizados pelas entidades representativas da Classe Empresarial que formavam a “Frente Empresarial do Brasil”, autoridades, parlamentares, lideranças empresarial e outras colaborações.

Os debates em todo o Brasil giraram em torno de dez tópicos: Padronização de conceitos de pequena empresa; Sistemas diferenciados de tributação; Acesso a novos mercados; Acesso à tecnologia; Acesso à Justiça; Exportações; Redução da burocracia; Formalização; Aumento do acesso ao crédito; Outras sugestões.

Para um melhor entendimento, faremos um breve relato sobre as legislações que precisavam ser atualizadas, desde o dia 5 de outubro de 1988, data da promulgação da Constituição. Os esforços no sentido de dar um tratamento simplificado e favorecido a ser dispensado às MPE's tinham causado pouco efeito, senão vejamos:

A Lei nº 7.256, de 27/11/84 – estabeleceram normas integrantes do Estatuto da Microempresa, relativas ao tratamento diferenciado, simplificado e favorecido, no campo administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial.

Lei nº 8.864, de 28/03/94 – estabelece normas para às Micro empresas (ME), e Empresas de Pequeno Porte (EPP), relativas ao tratamento diferenciado e simplificado, nos campo administrativo, fiscal, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial (artigo 179 da Constituição Federal).

Lei nº 9.317, de 05/12/96 – dispõe sobre o regime tributário das micro e empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições - SIMPLES NACIONAL. Esta lei tratou exclusivamente do sistema tributário.

Lei nº 9.841, de 05/10/99 - institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispendo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal. Em seu artigo 24, determinava que a política de compras governamentais daria prioridade à microempresa e à empresa de pequeno porte.

---

<sup>83</sup>

Bruno Quick, Gerente da Unidade de Políticas Públicas dos SEBRAE Nacional

O artigo 970 do novo Código Civil (Lei nº 10.406/02) estabelece que “a lei assegurará tratamento favorecido, diferenciado e simplificado ao empresário rural e ao pequeno empresário, quanto à inscrição e aos efeitos daí decorrentes”.

Com a aprovação e promulgação da Emenda Constitucional número 42, de 19 de dezembro de 2003, houve uma modificação no artigo 146 do capítulo do Sistema Tributário Nacional. Foi acrescentado um novo tema a ser alvo de Lei Complementar: “a definição de tratamento diferenciado e favorecido para às Micro empresas e para as empresas de pequeno porte”. Isso inclui regimes especiais ou simplificados no caso do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS, artigo 155, inciso II); das contribuições para a seguridade social (previstas no art. 195, inciso I e parágrafos 12 e 13) e da contribuição do programa de Integração Social (PIS, a que se refere o art. 239).

“Tratar os iguais igualmente e os desiguais desigualmente, na medida de suas desigualdades” é o princípio que deveria ser respeitado, assegurar a toda a interessada igualdade de condições e oportunidades: retrata, em verdade, o princípio constitucional da isonomia (artigo 5º, ‘caput’), ou seja, igualdade não significa invalidade de todo e qualquer tratamento discriminatório. A discriminação entre situações pode ser uma exigência inafastável para atingir-se a igualdade.

O artigo 146 da Constituição Federal ganhou outro dispositivo. Foi um parágrafo que abriu caminho para a criação do novo sistema de arrecadação simplificada. Assim, a Lei Complementar “poderá instituir um regime único de arrecadação dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios”. A novidade será opcional para o contribuinte. Poderão ser estabelecidas condições de enquadramento diferenciadas por estado. O recolhimento se dará de forma unificada e centralizada (um grande avanço no sentido de simplificar, reduzir custos operacionais e desburocratizar a vida dos empreendedores dos pequenos negócios).

Assim, por meio de um único documento, eles passarão a pagar todos os tributos (IRPJ, IPI, CSLL, CONFINS, PIS/PASEP, INSS PATRONAL, ICMS E ISS) e cumprir as obrigações acessórias, de forma simplificada, dispensando-se as apurações mais complexas e onerosas. A distribuição da parcela de recursos se dará imediatamente, vedada qualquer retenção ou condicionamento. E, finalmente, a arrecadação, a fiscalização e a cobrança poderão ser

compartilhadas entre União, Estados, Distrito Federal e Municípios, a partir de um cadastro nacional único de contribuintes.

Finalmente, no campo da desburocratização e simplificação a maior conquista é a instituição do cadastro único (inciso IV, parágrafo único do artigo 146 da Constituição). Agora, o registro, a inscrição e a baixa das empresas passam a ser efetuada em um só local. A pequena empresa terá um só número de cadastro para todos os órgãos federais, estaduais e municipais.

Após as mobilizações e da consolidação das sugestões pelos estados, regiões e nacional, de maneira detalhada e consistente, forneceram subsídios para a elaboração da Lei Geral.

Apresentaremos de uma forma sucinta, um resumo contendo uma visão geral das principais preocupações dos empreendedores do setor e o detalhamento das sugestões em tópicos específicos, e o texto aprovado no texto legal que aprovou o Novo Estatuto das Micro e Pequenas Empresas do Brasil. Segue os resultados:

- a) **Padronização de conceitos de micro e pequena empresa** - no Brasil existiam vários conceitos de micro e pequena empresa. A Lei do Simples Federal, por exemplo, definia a microempresa e a empresa de pequeno porte de acordo com os limites máximos da receita anual de R\$ 120 mil/ano e R\$ 1,2 milhão/ano, respectivamente.

Segundo o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, à época, entendia-se por microempresa àquelas com faturamento de até R\$ 244 mil por ano. Perante os bancos as variações e diferenciações eram ainda maior, como os do PROGER (Programa de Geração de Emprego e Renda), Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) e as linhas de crédito do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Se analisadas as faixas para recolhimento de impostos e contribuições, também havia variação, como no caso do Simples (entre 3,0% e 8,6% da receita bruta).

Quase a metade das reivindicações dos participantes (44%) pedia uma padronização geral pelo faturamento ou usando os conceitos do simples municipal, estadual e federal. Somando as duas categorias, tem-se 72% que acham que a padronização deveria ser feita pelo faturamento. O item misto significava uma combinação de faturamento, lucro e número de empregados. A parte

da regionalização se deve aos participantes das regiões Norte e Sul que gostariam que a padronização fosse regional<sup>84</sup>.

- b) **Acesso a Tecnologia** - das mais diversas opiniões, foi consenso que, embora crescente, o acesso das pequenas empresas à internet precisa ser ampliado, com facilidade para a aquisição de computadores e desenvolvimento de Telecentros de Informações e Negócios.

Praticamente a metade dos participantes (49%) sugeriu que o aumento de crédito específico para aquisição de tecnologia e equipamentos resolveria o problema de acesso à tecnologia. Centros de tecnologia e incubadoras foram outras das sugestões. O item parceria com universidades poderia ser agregado ao anterior, mas aparece destacado por ser uma preocupação mais concentrada no Sudeste. Das sugestões, 23% se referem a bancos de dados e falta de informação para solucionar os problemas do acesso às tecnologias necessárias<sup>85</sup>.

- c) **Aumento do Acesso ao Crédito** - Havia muito tempo que as reclamações dos mais diversos setores ligados às micro e pequenas empresas, era sobre as dificuldades de acesso ao crédito, principalmente com as altas taxas de juros, que tinham sido forte componente da baixa expansão dos pequenos negócios.<sup>86</sup>

As sugestões dos participantes quanto ao acesso ao crédito focalizaram à necessidade de mais linhas específicas para o pequeno negócio (28%), seguida da mudança nos agentes financeiros com 24%, em terceiro lugar os incentivos diversos com 21%, no termo garantias e avais o índice foi de 18%.<sup>87</sup>

- d) **Exportações** - Depois de algumas pesquisas a Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex), divulgou que os pequenos negócios respondiam por apenas 4% de tudo o que é exportado pelo País. Em muitos casos, a exportação era incompatível com o sistema simplificado de tributação (Simples), prejudicando as empresas optantes pelo sistema. Portanto, a busca de novos mercados, às promoções no exterior, à organização de consórcios, o acesso a informações do mercado externo, as linhas de financiamento específico, as parcerias com médias e grandes seriam

---

<sup>84</sup> Fonte SEBRAE/DATA UFF – Estudo elaborado pela equipe de trabalho coordenada pelo SEBRAE Nacional, que consolidou as propostas da Lei Geral da Frente Empresarial pelas Micro e Pequenas Empresas, do qual o autor fez parte deste trabalho.

<sup>85</sup> Idem.

<sup>86</sup> Idem.

<sup>87</sup> Idem.

providências bem-vindas, a redução da burocracia apareceu no topo das sugestões, bem como as referências às necessidades de crédito facilitado.

Os empresários sinalizaram nas outras sugestões com 31%, se tratam do fortalecimento e de políticas adequadas à simplificação dos procedimentos para exportações, as reduções da burocracia e dos consórcios aparece com 21% cada um dos quesitos, novamente o item “linhas de crédito” específico para exportação, aparece com uma forte demanda de 17%, por último, com 10% a sinalização para a modificação dos impostos que incidem sobre os produtos destinados para a exportação.<sup>88</sup>

- e) **Formalização de Empresas** - as informações da Secretaria da Receita Federal (ano 2000), existia 2,8 milhões de empresas inscritas no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Destas, 2 milhões eram optantes pelo Simples Nacional. Estimativas indicam que outras 700 mil empresas pertenciam ao mundo das pequenas empresas, porém não podiam optar pelo Simples Nacional, em função dos setores em que atuavam.

As reivindicações da maioria dos empresários, com 45%, pediam incentivos diversos para a formalização: menos impostos e taxas ou incentivos via crédito. Em segundo lugar, com 30%, vem à redução da burocracia como entrave à formalização, existia um excesso de apresentação de documentos, vários locais para o registro desses documentos, excesso de fiscalizações com a mesma finalidade, dificuldades de encerrar as atividades (fechar a empresa), o que levava muitos empresários a permanecer na clandestinidade, dentre outros. A desoneração da folha de pagamento para micro e pequenas empresas também é sugerida como alternativa para a diminuição da informalidade, com 8%.<sup>89</sup>

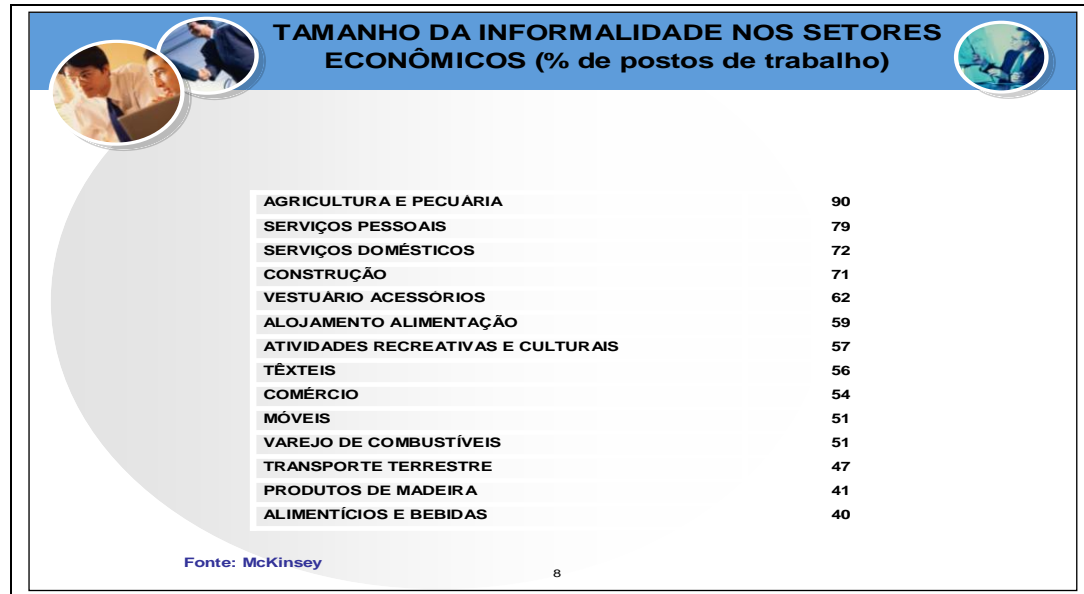
As mesmas estimativas apontam para mais de 12 milhões de pequenos negócios encontravam-se na informalidade. No quadro a seguir podemos ter um panorama mais detalhado:

---

<sup>88</sup> Fonte SEBRAE/DATA UFF – Estudo elaborado pela equipe de trabalho coordenada pelo SEBRAE Nacional, que consolidou as propostas da Lei Geral da Frente Empresarial pelas Micro e Pequenas Empresas, do qual o autor fez parte deste trabalho. Ver: [www.leigeral.com.br](http://www.leigeral.com.br).

<sup>89</sup> Fonte SEBRAE/DATA UFF – Estudo elaborado pela equipe de trabalho coordenada pelo SEBRAE Nacional, que consolidou as propostas da Lei Geral da Frente Empresarial pelas Micro e Pequenas Empresas, do qual o autor fez parte deste trabalho. Ver: [www.leigeral.com.br](http://www.leigeral.com.br).





### QUADRO 1 - INFORMALIDADE NOS SETORES ECONÔMICOS.

Elaborado pelo Consultor de SEBRAE Nacional Dr. André Spinola. Fonte: MCKinsey

- f) **Acesso à Justiça para às MPE's** - Neste quesito, o desejo de que a Justiça fosse mais rápida e eficaz foi consenso. Os juizados especiais têm sido uma alternativa de justiça gratuita para as pequenas empresas em busca de soluções. Com o mesmo espírito, cresce a utilização das câmaras de mediação e arbitragem. Varas especializadas para o segmento no âmbito da Justiça estadual, distrital e federal também poderiam trazer bons resultados.

O resultado dos anseios dos empresários neste item foi o de outras sugestões (cartórios especiais, isenção de taxas) com 41%, seguida dos juizados especiais com 35% e as câmaras de Mediação e Arbitragem com 35%. E ainda, houve destaque para a necessidade de alterar as regras do Depósito Recursal.<sup>90</sup>

- g) **Acesso a novos mercados** - quanto a este item, pode ser destacado que a participação das micro e pequenas empresas na “fatia do bolo dos recursos públicos” (entenda-se compras governamentais) érea muito pequena. A administração pública federal comprou no ano de 2002, R\$ 15 bilhões por ano em bens e serviços. Em

<sup>90</sup> Fonte SEBRAE/DATA UFF – Estudo elaborado pela equipe de trabalho coordenada pelo SEBRAE Nacional, que consolidou as propostas da Lei Geral da Frente Empresarial pelas Micro e Pequenas Empresas, do qual o autor fez parte deste trabalho. Ver: [www.leigeral.com.br](http://www.leigeral.com.br).

termos percentuais isso representou que às MPE's só tinham 13% deste mercado, e ainda, que já representavam a metade das empresas no Sistema de Cadastro dos Fornecedores (SICAF). Se adicionarmos as estatais e as administrações estaduais e municipais, há quem diga que são R\$ 200 bilhões por ano em aquisições públicas de bens e serviços. As compras preferenciais no local também foram amplamente discutidas, como, por exemplo, a merenda escolar ser composta, sempre que possível, por produtos da região.

Quanto às sugestões para acesso a novos mercados, verificou-se entre os participantes em todo o Brasil uma distribuição entre os que querem a simplificação da burocracia (28%), o estabelecimento de cotas ou outros mecanismos de proteção (26%) e a oferta de mais informação (18%).<sup>91</sup>

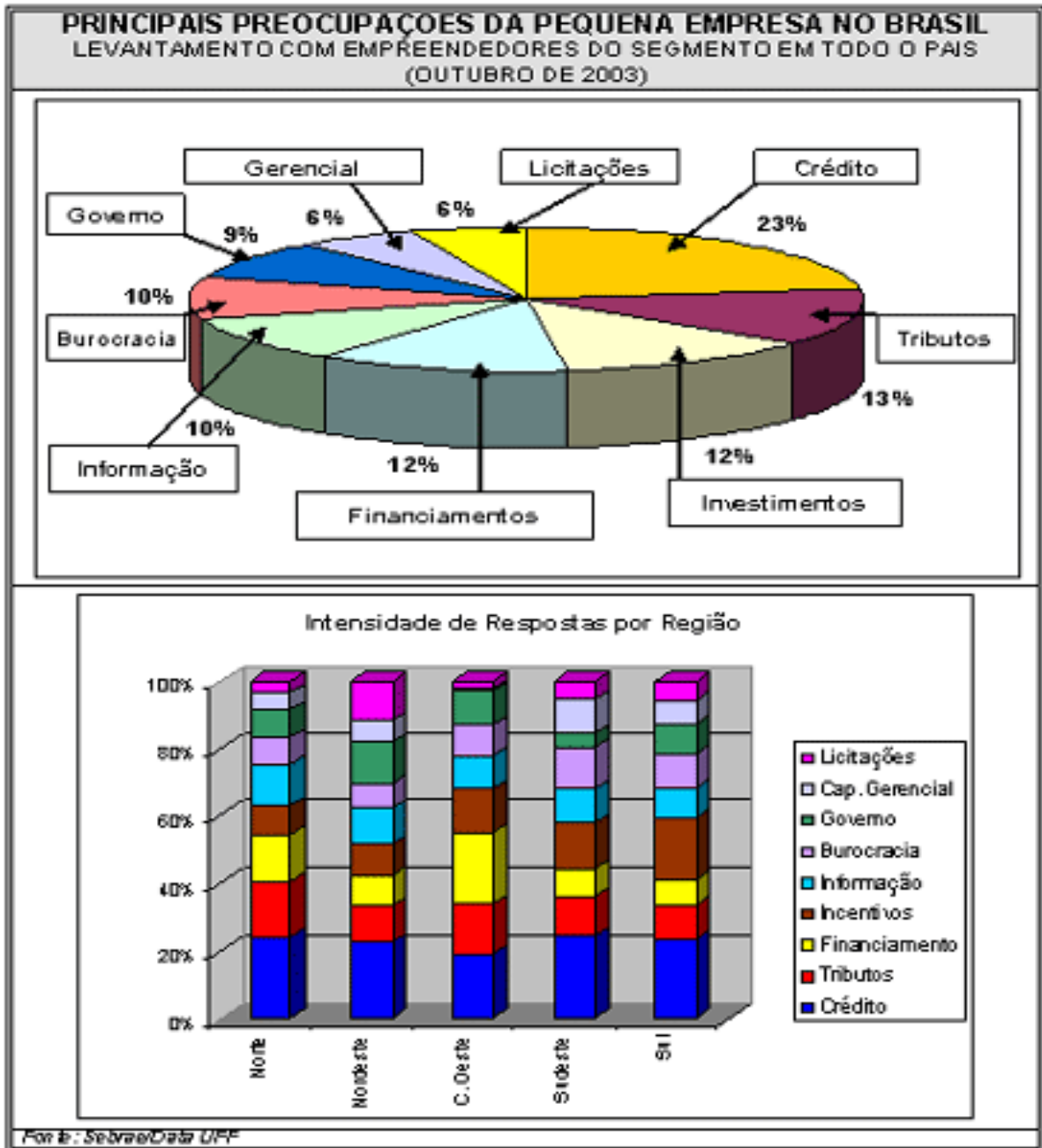
- h) **Outros problemas enfrentados** – das mais diversas preocupações reveladas pelos empreendedores, em todas as regiões a maior porcentagem foi relativa ao crédito, ou seja, de 23% dos participantes (confira o gráfico a seguir). Se a isto fosse somado ao item financiamento (13%), o índice subiu para 36%, isto é, uns em cada três empreendedores enfatizaram o crédito e o financiamento em suas preocupações. Tributos, burocracia, informação e relações com o governo dividem as demais atenções no segmento<sup>92</sup>.

A tabulação por regiões geográficas aponta tendência semelhante, segundo o Gráfico 13.

---

<sup>91</sup> Fonte SEBRAE/DATA UFF – Estudo elaborado pela equipe de trabalho coordenada pelo SEBRAE Nacional, que consolidou as propostas da Lei Geral da Frente Empresarial pelas Micro e Pequenas Empresas, do qual o autor fez parte deste trabalho. Ver: [www.leigeral.com.br](http://www.leigeral.com.br).

<sup>92</sup> Idem.



**Gráfico 13 - Síntese dos problemas e das principais reivindicações dos representantes das MPE's**

Fonte: SEBRAE/UF - Todos os créditos são da equipe de trabalho coordenada pelo SEBRAE Nacional, que consolidou as propostas da Lei Geral da Frente Empresarial pelas Micro e Pequenas Empresas, do qual este autor fez parte deste trabalho.

- i) **Sistemas diferenciados de tributação** - Segundo o Simples Federal existente na época, eram vários os limites de enquadramento, de faixas e alíquotas, e de quem podia ou não aderir. Vários eram os sistemas de tributação, os mais conhecidos eram

o lucro presumido e o lucro real, e com menor expressão estavam o imposto único, taxa única, ou mesmo de isenções. Isso sem levar em consideração os números de empresários que se encontravam na informalidade.

Quando perguntado quais deveriam ser as prioridades de mudanças na área de tributos, 54% dos participantes apontaram a unificação do sistema de tributação para a pequena empresa. Parcela significativa dos entrevistados (31%) sugeriu a diminuição de impostos ou mesmo a isenção total. E outros 15% pediram a extensão do Simples para outras atividades, principalmente serviços, conforme gráfico a seguir.<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> Fonte SEBRAE/DATA UFF – Estudo elaborado pela equipe de trabalho coordenada pelo SEBRAE Nacional, que consolidou as propostas da Lei Geral da Frente Empresarial pelas Micro e Pequenas Empresas, do qual o autor fez parte deste trabalho. Ver: [www.leigeral.com.br](http://www.leigeral.com.br).

## **5 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E AS COMPRAS GOVERNAMENTAIS. UMA ABORDAGEM SOBRE A APLICAÇÃO DO CAPÍTULO V, DA LEI 123/06, NO BRASIL E EM RORAIMA**

Neste capítulo será mostrada a evolução das políticas públicas de incentivos para esse setor, legislações existentes, as compras públicas do Governo Federal efetuadas de MPE's, o impacto na economia das empresas depois da entrada em vigor da Lei 123, de 14 de dezembro de 2006. Uma análise da pesquisa de campo em 55 empresas do estado de Roraima, apresentação de alguns casos de sucesso, e algumas sugestões que acreditamos que irão minimizar os gargalos encontrados pelos empresários para participarem de contratações públicas.

### **5.1 A EFETIVAÇÃO DAS POLÍTICAS DE INCENTIVOS DAS MICRO E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO BRASIL**

Depois da consolidação dos dados relatados no capítulo anterior, as pesquisas relacionadas em cada tema e de profundas discussões com todos os envolvidos no processo, foi apresentado em julho de 2005, no Congresso Nacional (Câmara Federal e Senado) e ainda, foi entregue para a Presidência da República, o Projeto denominado Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas do Brasil.

Em 14 de dezembro de 2006, a Lei Complementar nº 123/06, foi sancionada e publicada, surgindo assim o Novo Estatuto Nacional das Micro e Empresas de Pequeno Porte. Vindo estabelecer normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, nos termos dos artigos 146, 170 e 179 da Constituição Federal.

Os principais benefícios trazidos pela Lei Geral (Novo Estatuto das Micro e Pequenas Empresas), atendendo as diversas sugestões acima descritas e os principais são os seguintes:

a) Regime unificado de apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, define o enquadramento de MPE's, inclusive com simplificação das obrigações fiscais acessórias.

Isso quer dizer que após a entrada em vigor desta Lei 123/06, ficou definido que Microempresa são aquelas com faturamento bruto anual de até R\$ 240.000,00 e as Pequenas Empresas com faturamento bruto anual entre R\$ 240.000,00 e R\$ 2.400.000,00.

As que fizerem a opção pelo regime de recolhimento dos impostos pelo regime do Supersimples<sup>94</sup> terão seus impostos calculados pelo faturamento bruto anual, utilizarão se quiser o regime de caixa para a apuração, aplicação da tabela constante na Lei, com a alíquota correspondente a esse faturamento e de acordo com a atividade da empresa. Terá um cadastro geral que vale para a União, Estado e Município. Todos os impostos são recolhidos em um único documento e numa única data no mês.

b) Desoneração tributária das receitas de exportação e substituição tributária – quer dizer que as receitas provenientes das exportações, de acordo com o que dispõe a Lei das MPE's, são excluídas da incidência de imposto.

c) Dispensa no cumprimento de certas obrigações trabalhistas e previdenciárias – com a aprovação desta Lei, fica desobrigado de fixar no quadro na entrada do estabelecimento a relação dos empregados. Dispensa à exigência de livros de registros de vistorias dos empregados, no caso de ações trabalhistas a empresa poderá enviar um preposto no lugar do proprietário, dentre outras.

d) Simplificação no processo de abertura, alteração e encerramento das MPE's – como já foi motivo de comentários neste trabalho, a legislação veio incentivar, o máximo, os procedimentos na abertura, alteração e simplificação no encerramento das atividades da empresa, dentre outros estão a unificação dos procedimentos de abertura com a concentração de todas as instituições envolvidas nessa atividade num mesmo espaço físico. Diminuição de papéis com a utilização de um único processo de abertura por todas as instituições. A possibilidade do parcelamento de débitos em até 120 meses. Liberando o cadastro de empresário para que ele possa abrir uma nova empresa e ou encerrar as atividades empresariais, e as que estão inativas a mais de três anos de paralisação terão sua baixa automática do sistema dos órgãos de registro.

---

<sup>94</sup> Supersimples – nome dado pelo Governo Federal (Receita Federal do Brasil), para o novo sistema de recolhimento dos impostos, pelas regras adotadas na Lei Complementar 123/06 (Novo Estatuto das Micro e Pequenas Empresas do Brasil).

e) Facilitação no acesso a crédito e ao mercado – a lei está exigindo que o poder público disponha de linhas de Créditos específicas e simplificadas para às Micro e Pequenas Empresas, de uma forma simplificada. Novamente citamos a famosa frase “tratar os iguais como iguais e os desiguais como desiguais”<sup>95</sup>. O incentivo a criação de cooperativas de créditos às MPE’s, com recursos do FAT<sup>96</sup>.

f) Preferência nas compras públicas (objeto dessa dissertação) – traz no Capítulo V a exigência de que o poder público disponibilize políticas de incentivo para aumentar as compras do governo das MPE’s.

g) Estímulo à inovação tecnológica – fixou que a administração pública fixe em seus orçamentos pelo menos 20%, dos recursos para inovação tecnológica de MPE’s.

h) Incentivo ao associativismo na formação de consórcios para fomentação de negócios - prevê a formação de consórcios de empresas para a aquisição de mercadorias em maior quantidade e por preços menores, assim obter preços menores e serem mais competitivos, como também, no caso de participação em licitações públicas se admite essa figura.

i) Incentivo a formação de consórcios para acesso a serviços de segurança e medicina do trabalho – estas atividades eram muito onerosas para às MPE’s, desta forma, a partir da entrada em vigor desta lei, se admite a formação de consórcios.

j) Regulamentação da figura do pequeno empresário criando condições para sua formalização – previu também a figura do empresário individual, que é aquele que além dele possuir até um empregado, recolhe os tributos de uma forma mais simplificada, em torno de R\$ 51,65 por mês (INSS, ICMS e ISS). O faturamento bruto anual nesta categoria é de até R\$ 36.000,00, atualizada pela Lei 128/08.

l) Parcelamento de dívidas tributárias para adesão ao Simples Nacional – como já comentado neste subitem, a lei fixou em até 120 meses os débitos tributários. Uma vez feita a opção e recolhida a 1ª parcela, fica a empresa liberada para ser enquadrada no Supersimples, dar baixa no registro e o empresário poder abrir outra empresa em seu nome. Um detalhe importante é o de a opção tributaria só valerá para o exercício seguinte para os que optarem depois de 31 de

---

<sup>95</sup> Citação Jurídica - **Características das Normas Jurídicas**: Compreende: **Abstração**: A lei não é específica; **Generalidades**: As pessoas têm que estar na mesma igualdade. Tratar os iguais como iguais e os desiguais como desiguais. É o princípio da isonomia.

<sup>96</sup> FAT – Fundo de Amparo ao Trabalhador

janeiro de exercício vigente. Esta regra não se aplica para as novas empresas, essas gozarão dos benefícios quando autorizadas pelos órgãos de registro o início das atividades.

## 5.2 O USO DO PODER DE COMPRA DO GOVERNO FEDERAL BRASILEIRO E OS RESULTADOS PRÁTICOS

O Governo Federal a fim de utilizar uso do poder de compra e tornar-se um indutor de qualidade, produtividade, e inovação tecnológica, poderá ser um grande comprador, “poder” para fomentar a atividade produtiva dos pequenos empresários, gerando emprego, ocupação e renda, contribuir para a competitividade e desenvolvimento do país, editou, com base na Lei 123/06, no âmbito da União, o Decreto de nº 6.204, de 05 de setembro de 2007, que visa, dentre outros benefícios, um tratamento diferenciado e simplificado para as micro e pequenas empresas, nas contratações públicas com os órgão públicos da esfera federal.

Outra ferramenta foi a edição de diversos informativos para esclarecer e tirar dúvidas, tanto dos servidores públicos, como dos empresários, dentre eles podemos destacar o site do “Compras net” e da Cartilha denominada “O que você pode fazer para comprar mais das Micro e Pequenas Empresas (MPE’s)” (Cartilha MPEs– Compras net 2008).

A capacidade que o Estado possui de induzir o desenvolvimento econômico através da utilização de seu poder de compra pode ser mensurada pela participação relativa das compras governamentais no total das riquezas produzidas no país.

Segundo dados fornecidos pelo Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais do Governo Federal – SIASG (SIASG 2000, Balanço Geral da União e Balanços Estaduais e Municipais disponíveis no FINBRA)<sup>97</sup>, as compras dos três níveis de governo, somados os 5.564 municípios, seus 27 Estados incluindo o Distrito Federal, estão estimadas em 255 bilhões de reais, algo em torno de 13% do Produto Interno Bruto – PIB – brasileiro. Estes números, por si só,

---

<sup>97</sup> Citado por Célio Cabral de Souza Junior, extraído do SIASG 2000, Balanço Geral da União e Balanços Estaduais e Municipais disponíveis no FINBRA, site [http://www.cedeplar.ufmg.br/seminarios/seminario\\_diamantina/2008/D08A145.pdf](http://www.cedeplar.ufmg.br/seminarios/seminario_diamantina/2008/D08A145.pdf). Acesso em 02 de fevereiro de 2009.



justificam a relevância de se analisar formas de empregar este grande potencial de demanda como instrumento estratégico de desenvolvimento nacional.

A utilização do poder de compra como instrumento de desenvolvimento regional e para a promoção de políticas públicas locais redistributivas, foco deste trabalho, não implica em abrir mão dos outros potenciais benefícios da utilização do poder de compra estatal. Muito pelo contrário, os mecanismos de incentivo à inovação tecnológica e melhoria de qualidade e produtividade não devem ser deixados de lado quando utilizamos as compras governamentais para fomentar a demanda de empresas que se encontrem localizadas no Estado com certo nível de especialização produtiva.

Precisa estabelecer critérios que se enquadrem dentro da realidade e capacidade de absorção das empresas, para as compras governamentais, de maneira que forcem ou privilegiem a inovação e a competitividade de seus produtos e serviços. Sob a pena destas empresas se tornarem defasadas dentro do mercado nacional e internacional.

De janeiro a junho de 2008, dados disponível no Compras Net (Cartilha MPEs– Compras net 2008) o Governo Federal comprou R\$ 2,7 bilhões de bens e serviços das MPE's, valor que representa 27% de um total de R\$ 10,1 bilhões das compras realizadas no período. 80% das aquisições desse segmento ocorreram através de pregão eletrônico, que foi a modalidade mais utilizada pelas MPE's para fornecer ao Governo no primeiro semestre deste ano. Elas foram responsáveis, em 2008, por 37% - R\$ 2,0 bilhões - das compras eletrônicas que chegaram a R\$ 5,3 bilhões no total.

Entre os materiais mais vendidos ao Governo por esse segmento empresarial, em todas as modalidades de compra, estão os gêneros alimentícios, com R\$ 158,0 milhões; equipamentos e artigos hospitalares, com R\$ 231,0 milhões. Entre os serviços mais contratados aparecem outros serviços técnicos e profissionais, com R\$ 531,0 milhões, e "serviços de leasing ou aluguel", com R\$ 162,7 milhões (Cartilha MPEs– Comprasnet 2008).

Às MPE's que mais forneceram ao Governo Federal em 2008 estão localizados na Região Sul e Sudeste, com uma participação de R\$ 748,7 milhões e R\$ 601,8 milhões, respectivamente. A participação das MPE's das Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste juntas somou R\$ 1.364,0 bilhões .

De acordo com estimativas do Governo Federal brasileiro, Impacto ao alcançar 30% de participação Total estimado das compras públicas: R\$ 260 bilhões. Estimativa de compras da MPE:

17% do total são R\$ 44 bilhões. Percentual proposto: 30% do total são R\$ 78 bilhões. Incremento desejado: 13% do total são R\$ 34 bilhões de compras governamentais anuais geram: A taxa de R\$ 187 mil/emprego/ano, gera 182 mil novos empregos nas médias e grandes empresas. À taxa de R\$ 35 mil/emprego/ano, geram 971 mil novos empregos nas MPE, ou seja, 789 mil empregos a mais por ano.

Ainda sobre as compras do Governo Federal queremos destacar que nas contratações de Bens e Serviços Comuns, a participação de ME e EPP, passaram de em 2006 de R\$ 2 bilhões, para 2007 de R\$ 9 bilhões e desse valor R\$ 8 bilhões (45% através de pregão eletrônico).

Os dados registrados no Comprasnet do Governo Federal, base de dados SIASG<sup>98</sup> em 02/2009, mostra um aumento no cadastro de fornecedores de 1997, de 61.113 fornecedores para 312.624, um aumento de 512%.

### 5.2.1 legislações de alguns Estados e Municípios Brasileiros

A seguir serão demonstradas algumas regulamentações implantadas por alguns estados e municípios do Brasil:

#### **Estados:**

- Decreto nº 4.4630 de 03/10/2007 - Minas Gerais
- Lei nº 6.206 de 24/09/2007 – Sergipe
- Decreto 19.938 de 3107/2007 – Rio Grande do Norte
- Decreto 3.931 de 10/12/2007 – Alagoas
- Dentre outros.

#### **Municípios:**

Manaus - AM, Duque de Caxias - RJ, São Luís - MA, Blumenau - SC, Joinville - SC, Caruaru - PE, Cariacica - ES, Maringá - PR, Fortaleza - CE, Recife - PE, dentre outros.

Com essas políticas de contratações, nesses estados e municípios, já começam a ser visível a transformação nos processos, tornando as empresas desses segmentos mais competitivos, menos burocráticos, mais céleres e com baixos custos.

<sup>98</sup>

Fonte: Base de dados do SIASG em 27/02/2009, do Ministério de Planejamento Orçamento e Gestão.

E ainda:



- a) Mais oportunidades de participação nas compras públicas;
- b) Redução nos custos operacionais nos seus processos de venda;
- c) Redução do tempo de contratações;
- d) Menor burocracia e maior agilidade;
- e) Participação e transparência entre empresas e governo.

### 5.3 O ESTADO DE RORAIMA E AS IMPLICAÇÕES DA LEI 123/06, NAS COMPRAS PÚBLICAS DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

É o Estado mais setentrional do País; pertencente à Região Norte, com uma superfície de 22.429.898 ha; uma população estimada em julho de 2006 de 400.000 habitantes<sup>99</sup>. Sobre os aspectos demográficos do estado podem ser melhor visualizado na Tabela 2 a seguir:

---

<sup>99</sup> Dados coletados no estado de Roraima, Secretaria de Estado do Planejamento e Desenvolvimento, os créditos do Governador do Estado, à época, Brigadeiro Ottomar de Souza Pinto, palestra apresentada para o Estado Maior do Exército em 2007, e do Dr. Haroldo Eurico Amoras dos Santos, Secretário de Estado de Planejamento e Desenvolvimento.

		<b>Aspectos Demográficos - Roraima</b>			
<b>POPULAÇÃO</b>	<b>1980</b>	<b>1991</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	
<b>Total</b>	<b>82,018</b>	<b>215,950</b>	<b>324,152</b>	<b>391,317</b>	
<b>Urbana (Hab.)</b>	<b>49,622</b>	<b>139,466</b>	<b>246,732</b>	<b>312,575</b>	
<b>Rural (Hab.)</b>	<b>32,396</b>	<b>76,484</b>	<b>77,420</b>	<b>78,742</b>	
<b>Crescimento Anual</b>	<b>1970/80</b>	<b>1980/91</b>	<b>1991/2000</b>	<b>2005/2000</b>	
<b>Total de Roraima %</b>	<b>7,20</b>	<b>9.20</b>	<b>4.62</b>	<b>3.84</b>	
<b>Urbana %</b>	<b>11,00</b>	<b>9.85</b>	<b>6.54</b>	<b>4.84</b>	
<b>Rural %</b>	<b>3,29</b>	<b>8.12</b>	<b>0.14</b>	<b>0.34</b>	
<b>Particip. no Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	
<b>Urbana %</b>	<b>60.50</b>	<b>64.58</b>	<b>76.12</b>	<b>79.88</b>	
<b>Rural %</b>	<b>39.50</b>	<b>35.42</b>	<b>23.88</b>	<b>20.12</b>	
<b>Acréscimo Total</b>		<b>133.932</b>	<b>108.202</b>	<b>67.165</b>	
<b>Acréscimo Anual</b>		<b>12.176</b>	<b>12.022</b>	<b>13.433</b>	
<b>Migrantes por Ano</b>		<b>6,025</b>	<b>9,010</b>		

## **QUADRO 2 – ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DO ESTADO DE RORAIMA – ANOS 1980, 1991, 2000 e 2005**

Elaborado pelo Governo do Estado de Roraima, através Dr. Haroldo Eurico Amoras dos Santos, Secretário de Estado de Planejamento e Desenvolvimento.

Sobre os aspectos econômicos do estado de Roraima, conforme dados fornecidos pela Secretaria de Estado de Planejamento de Desenvolvimento, a Administração Pública representa na composição do PIB do Estado 56%, seguido de Outros Serviços com 20% e Comércio com apenas 10%.

Esses dados confirmam que existe na economia do estado uma dependência muito grande do Setor Público. Nesse setor se encontra em torno de mais de 50% dos empregos formais. De acordo com a mesma fonte mais de 57% do PIB são decorrentes das despesas da Administração Pública (União, Estado e Municípios), popularmente conhecido por economia do contracheque. A Tabela 3 mostra com mais detalhes esse panorama:

<b>Aspectos Econômicos [...]</b>						
<b>COMPOSIÇÃO DO PIB DO ESTADO DE RORAIMA, POR ATIVIDADE</b>						
	1994	1998	1999	2000	2001	2002
Agropecuária [%]	17	4	6	4	5	4
Construção Civil [%]	11	9	7	6	6	6
Ind. de Transformação [%]	3	2	1	1	1	1
Instituição Financeira [%]	1	1	1	2	2	3
Comércio [%]	19	15	13	10	11	10
Outros serviços [%]	26	28	32	23	23	20
Administração Pública [%]	21	41	39	54	52	56
Total a preços básicos	100	100	100	100	100	100
PIB a preço básico corrente	253	668	738	1.011	1.108	1.385
( + ) Impostos s / produtos						
livres de subsídios	7,6	10,8	9,5	10,8	10,9	9,5
PIB a preço de mercado corrente	267	731	807	1.117	1.219	1.488
<b>A PARTICIPAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA AVANÇOU MUITO NA COMPOSIÇÃO DO PIB DE RORAIMA, DE 21% EM 1994 PARA 56% EM 2002, MENOR APENAS QUE O DF (59%). AGRICULTURA E INDÚSTRIA DIMINUIRAM</b>						

**QUADRO 3 - ASPECTOS ECONÔMICOS DO ESTADO DE RORAIMA DOS ANOS DE 1994, 1998, 1999, 2000, 2001 E 2002**

Fonte e Elaboração: Governo do Estado de Roraima, através Dr. Haroldo Eurico Amoras dos Santos, Secretário de Estado de Planejamento e Desenvolvimento.

O quadro 3 demonstra a dependência do Estado e dos municípios de recursos da União, que gira em torno de 80%. Esse demonstrativo está separado por Fonte de Recursos e a evolução nos anos de 2000 a 2005:

RECEITA/DISCRIMINAÇÃO		ARRECADAÇÃO				
		2003		2004		2005
<b>RECEITA TOTAL</b>	<b>860.868</b>	<b>100,0</b>	<b>967.697</b>	<b>100,0</b>	<b>1.256.860</b>	<b>100,0</b>
<b>I. TRANSFERÊNCIAS DA UNIÃO</b>	<b>680.563</b>	<b>79,1</b>	<b>756.520</b>	<b>78,2</b>	<b>944.229</b>	<b>75,1</b>
1.1 Transf. Constitucionais	641.872	74,6	704.108	72,8	881.117	70,1
1.2 Transf. Legais	3.911	0,5	22.807	2,4	34.565	2,8
1.3 Transf. Voluntárias-Conv.	34.780	4,0	29.605	3,1	28.548	2,3
<b>II. Operações de Créd. Internas</b>	<b>1.211</b>	<b>0,1</b>	<b>1.058</b>	<b>0,1</b>	<b>983</b>	<b>0,1</b>
<b>III. REC. DIRET. ARRECADADAS</b>	<b>179.094</b>	<b>20,8</b>	<b>210.119</b>	<b>21,7</b>	<b>311.648</b>	<b>24,8</b>
<b>3.1 IMPOSTOS</b>	<b>156.278</b>	<b>18,2</b>	<b>173.023</b>	<b>17,9</b>	<b>217.389</b>	<b>17,3</b>
3.1.1 IRRF	11.349	1,3	15.887	1,6	21.805	1,7
3.1.2 IPVA E MULTAS	5.500	0,6	5.779	0,6	6.563	0,5
3.1.3 ITCMD	114	0,0	90	0,0	166	0,0
3.1.4 ICMS E MULTAS	137.625	16,0	149.909	15,5	187.486	14,9
3.1.5 Multas e J de Mora Div	1.689	0,2	1.357	0,1	1.369	0,1
<b>3.2 TAXAS</b>	<b>5.406</b>	<b>0,6</b>	<b>5.911</b>	<b>0,6</b>	<b>6.351</b>	<b>0,5</b>
<b>3.3 OUTRAS RECEITAS</b>	<b>17.411</b>	<b>2,0</b>	<b>31.186</b>	<b>3,2</b>	<b>87.908</b>	<b>7,0</b>

#### QUADRO 4 - RECEITAS – ARRECADAÇÃO POR FONTE DOS ANOS DE 2003 A 2005

Fonte e Elaboração: Governo do Estado de Roraima, por meio do Dr. Haroldo Eurico Amoras dos Santos, Secretário de Estado do Planejamento e Desenvolvimento.

Quanto as Despesas do Governo do Estado de Roraima, a Tabela 5, sintetiza as Despesas Correntes e Despesas de Capital, nos anos de 2003 a 2005, demonstrados em termos percentuais.

O que pode comentar é a de que as Despesas com Pessoal, nos anos em epígrafe, não comprometeu o orçamento dos exercícios, pois a Constituição Federal fixa essas despesas em 60% e aqui em Roraima, essas despesas giram em torno de 43,53%. O que pode ser considerado uma situação confortável em relação a outros estados da federação.

		<b>DESPESAS GOVERNAMENTAIS (%)</b>				
<b>DESPESAS</b>		<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>		
<b><i>DESPESAS CORRENTES</i></b>		<b>83,5</b>	<b>83,5</b>	<b>79,6</b>		
Pessoal e Enc. Sociais		44,1	43,1	43,4		
Juros e Enc. da Dívida		0,8	0,8	0,4		
Outras Desp. Correntes		38,7	39,6	35,8		
<b><i>DESPESAS DE CAPITAL</i></b>		<b>16,5</b>	<b>16,5</b>	<b>19,5</b>		
Investimentos		7,7	6,7	13,8		
Inversões Financeiras		4,6	5,2	3,4		
Amortização da Dívida		4,2	4,5	2,3		
<b><i>RESERVA DE CONTINGÊNCIA</i></b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,9</b>		
<b><i>TOTAL</i></b>		<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>		

**QUADRO 5 - DESPESAS GOVERNAMENTAIS DO ESTADO DE RORAIMA, ANOS DE 2003 A 2005**

Fonte e Elaboração: Governo do Estado de Roraima, através Dr. Haroldo Eurico Amoras dos Santos, Secretário de Estado de Planejamento e Desenvolvimento.

### 5.3.1 As Micro e Pequenas Empresa no Estado de Roraima

Foram muitas as dificuldades para obter informações sobre os números de estabelecimentos empresariais existentes no Estado de Roraima nos Órgãos de registros como: Junta Comercial, Secretaria de Estado da Fazenda, Secretaria de Finança do Município de Boa Vista e Receita Federal.

A base dos dados foram os registrados na Cartilha elaborada pelo SEBRAE, denominada “Onde estão às Micro e Pequenas Empresas do Brasil”<sup>100</sup>.

<sup>100</sup> RAIS/MTE, dezembro/2000 e dezembro/2004. Elaboração: Observatório das MPEs/Sebrae-SP, todos os créditos dos números demonstrados acima vão para o Consultor Marco Aurélio Bedê.

Assim, o estado de Roraima, no ano de 2004, tinha um número de MPE's de 5.487 estabelecimentos no comércio, 1.751 no setor de serviços e 1.097 na indústria<sup>101</sup>, perfazendo um total de 8.335 micro e pequenas empresas.

No ramo do comércio neste Estado, em 2004, predominava os mini mercados e mercearias com 18,7%; no ramo de vestuários em torno de 13,3%, seguido de materiais de construção com 5,6%. Um dado interessante foi o crescimento no número de estabelecimentos de quitandas, avícolas, peixarias e sacolões, no período de 2000 a 2004, que foi de 170,1%.

No setor de serviços, em 2004, a maior taxa de MPE's foram os serviços de alojamento e alimentação com 42,8%, destacando-se as lanchonetes e restaurantes; serviços prestados às empresas de 22,6%, seguido dos serviços pessoais com 7,7%. Aqui aparece o serviço de cabeleireiros e outros tratamentos de beleza. Outro segmento foi os serviços imobiliários com um aumento de 158,3%; informática com 123,8% e aluguel de veículos, máquinas e equipamentos aumentou 122,2%<sup>102</sup>.

Os números de indústrias em 2004 foram os seguintes: indústria da construção com 49,4%, destacando-se os segmentos de edificações; a indústria de alimentos e bebidas com 13,1%, com destaque para fabricação de produtos de padaria; produtos de madeira 9,5%, nesse o desdobramento de madeira (serrarias) e a indústria de confecções com 5,8%, confecção de artigos femininos, masculinos e infantis. As que apresentaram maior taxa de crescimento no número de estabelecimentos, no período entre 2000 e 2004, foram as de extração de minerais não-metálicos com aumento de 125%; a indústria de confecções com aumento de 93,9% e edição e gráfica com 50%<sup>103</sup>.

---

<sup>101</sup> RAIS/MTE, dezembro/2000 e dezembro/2004. Elaboração: Observatório das MPEs/Sebrae-SP, todos os créditos dos números demonstrados no parágrafos acima são do Consultor Marcos Aurélio Bedê.

<sup>102</sup> Idem.

<sup>103</sup> Idem.



#### 5.4 DA PESQUISA DE CAMPO E OS RESULTADOS APURADOS

Para apresentar um panorama do segmento das micro e pequenas empresas e sua participação na economia do Estado, foi elaborada uma pesquisa de campo que tinha por finalidade a obtenção de respostas dos empresários para cinco Blocos:

- Bloco 1 - Caracterização das Micro e Pequenas Empresas;
- Bloco 2 – Relação com o Governo;
- Bloco 3 - Não Compradores;
- Bloco 4 - Imagem do Governo;
- Bloco 5 – A Participação da Empresa na Comunidade onde está inserida.

A base foi o município de Boa Vista, onde estão concentrados mais de 99% das empresas formais e informais.

Foram realizadas outras entrevistas *in loco* com os representantes de algumas repartições públicas do Estado: Presidente da Comissão Permanente de Licitação do Estado, Auditora Geral do Estado de Roraima, Secretária Adjunta da Secretaria de Fazenda, Secretário de Estado da Fazenda, Diretor do Departamento de Contabilidade do Estado e do Departamento de Fiscalização de Rendas do Estado, Presidente da Comissão Permanente de Licitação do Município de Boa Vista, Presidente da Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE-RR, Chefe de diversos Setores de Compras de órgãos públicos em Roraima.

Das 8.335 empresas existentes no estado de Roraima<sup>104</sup>, foram pesquisadas 60 empresas, validados 55, representando uma amostra de 0,7% do universo.

Utilizou-se a análise estatística descritiva e do teste de hipótese “qui-quadrado” para proceder a análise dos dados. O papel principal da análise estatística é estabelecer se os resultados obtidos têm significância estatística, de acordo com os limites pré-estabelecidos.

Ressalte-se que, quando se formula uma hipótese em relação a uma determinada característica de uma população, a amostra dela retirada pode pertencer à população de origem, portanto as diferenças observadas são decorrentes de flutuações normais ou não pertencer a essa

---

<sup>104</sup> RAIS/MTE, dezembro/2000 e dezembro/2004. Elaboração: Observatório das MPEs/Sebrae-SP, todos os créditos dos números demonstrados acima vão para o Consultor Marco Aurélio Bedê.

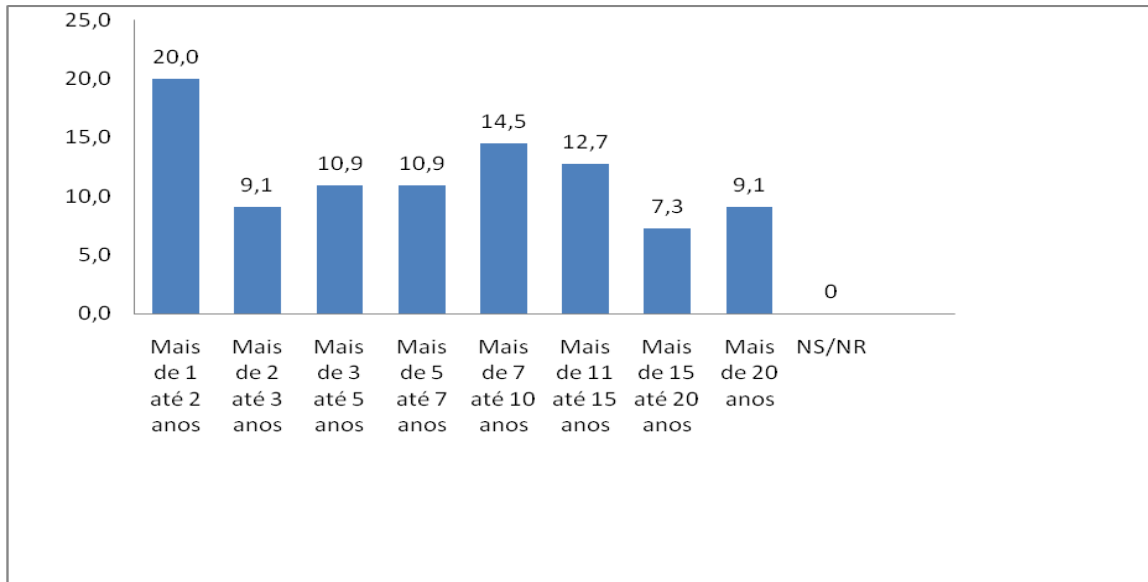
população e as diferenças encontradas representam um efeito real, não podendo ser atribuídas ao acaso. No primeiro caso, diz-se que os valores encontrados “não são estatisticamente significativos” e no segundo “são estatisticamente significativos”. Essas expressões são empregadas tendo em vista “níveis de significância” previamente escolhidos.

O nível de significância é o limite que se toma como base para afirmar que certo desvio é decorrente do acaso ou não. A partir de um nível de significância convencionalizado, representado pela letra grega alfa, os desvios são devidos à lei do acaso e o resultado é considerado não significativo.

Para verificar semelhanças entre categorias discretas e mutuamente exclusivas utilizamos o teste “qui-quadrado” com um nível de significância ( $\alpha$ ) de 0,05. Valores (p) menores que alfa ( $\alpha$ ), indica que as diferenças são estatisticamente significativas. Para o processamento dos cálculos estatísticos dos testes de hipóteses foi utilizado o software SPSS for Windows. Para o processamento da estatística descritiva foi utilizado o software Excel da empresa Microsoft.

a) Bloco 1 – Caracterização das Micro e Pequenas Empresas de Roraima. Tinha como objetivos identificar as características das empresas em Roraima, mais especificamente: O tempo de vida das empresas? Quantas pessoas trabalham na empresa? Qual setor sua empresa trabalha? Que tipo de serviço a empresa do(a) Sr(a) fornece? Que tipo de produto a empresa do(a) Sr(a) produz? Que tipo de produto a empresa do(a) Sr(a) comercializa? Que tipo de produto a empresa do(a) Sr(a) comercializa/produz? Função do respondente dentro da empresa? Escolaridade do respondente?

No primeiro quesito: “Tempo de vida da empresa”, das 55 pesquisas, 20% das empresas estão entre 1 ano e 2 anos de atividades, em segundo aparece as que estão entre 7 e 10 anos, no terceiro com 12,7% as empresa com mais de 11 e menos que quinze anos e com mais de 20 anos 9,1%. Ver Gráfico 14 abaixo:

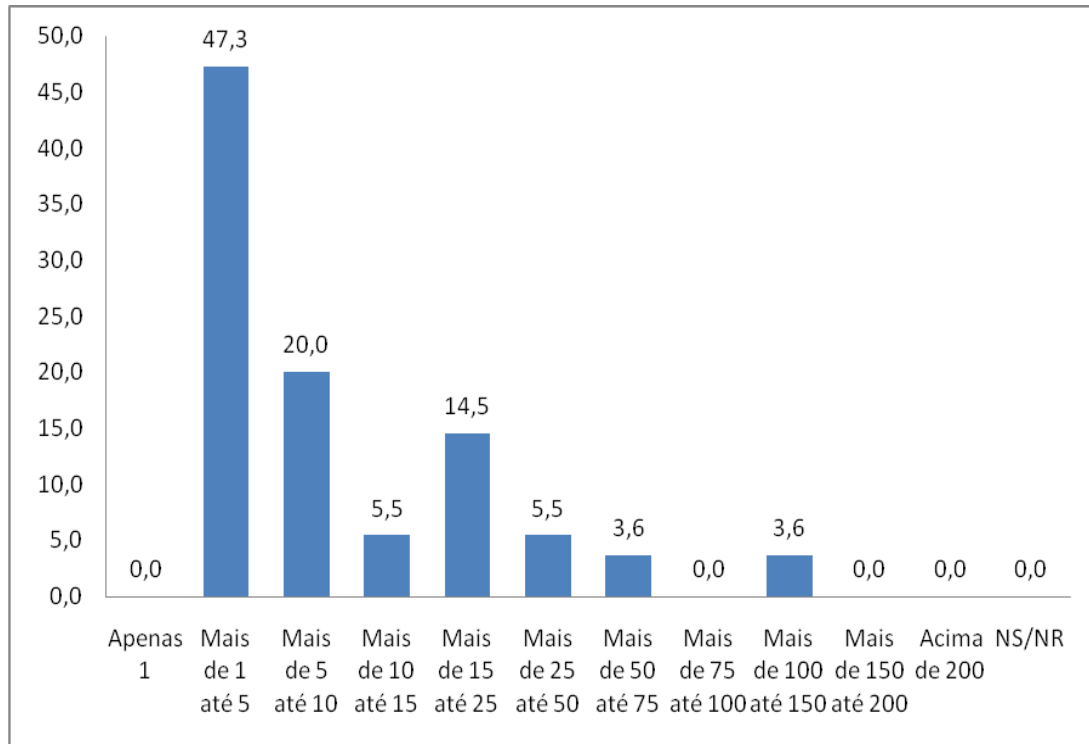


#### **Gráfico 14 - Tempo de vida da Empresa**

Elaborado pelo Autor deste trabalho

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo realizada pelo autor deste trabalho

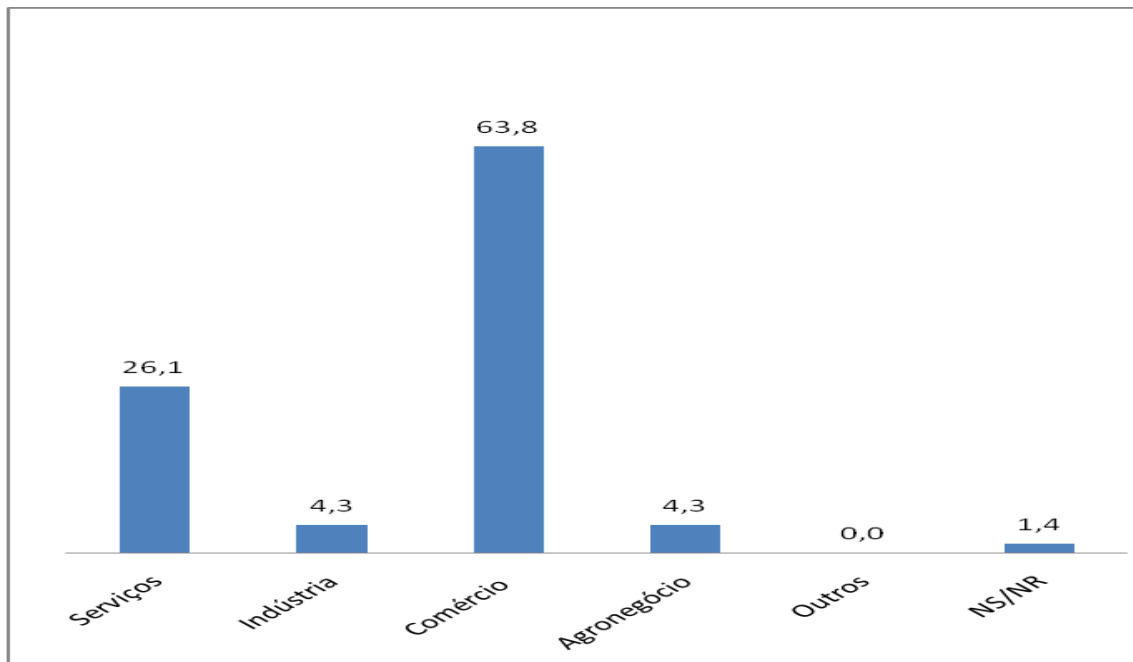
No item “Contando com o(a) Sr(a), quantas pessoas trabalham na empresa?” As respostas mostraram que a maioria das MPE’s (47,3%) possuem em seu quadro de pessoal, ou seja uma média de 1 a 5 pessoas incluindo o proprietário. Isso mostra que a tendência é de que a mão-de-obra ocupada é composta pelos membros da família. De 5 a 10 empregados esta taxa é de 20%, seguido de 14,4%, com a média de 15 a 25. O gráfico 15, revela com mais detalhes este quesito:



**GRÁFICO 15 - Contando com o(a) sr(a), quantas pessoas trabalham na empresa?**

Fonte: Elaborado pelo Autor deste trabalho. Dados da Pesquisa de Campo realizada pelo autor deste trabalho

No quesito “Em qual setor sua empresa trabalha?” Dos 55 questionários da pesquisa, mostrou que algumas empresas atuam em comércio e serviços, ou comércio e indústria, o total de respostas foi de 69. A maioria confirma as características do estado de Roraima, que é o de pequenos comércios, com 63,8%, seguido da atividade de Serviços com 26,1% e empatados a Indústria e Agronegócios com 4,3%.



**GRÁFICO 16 - Em qual setor sua empresa trabalha?**

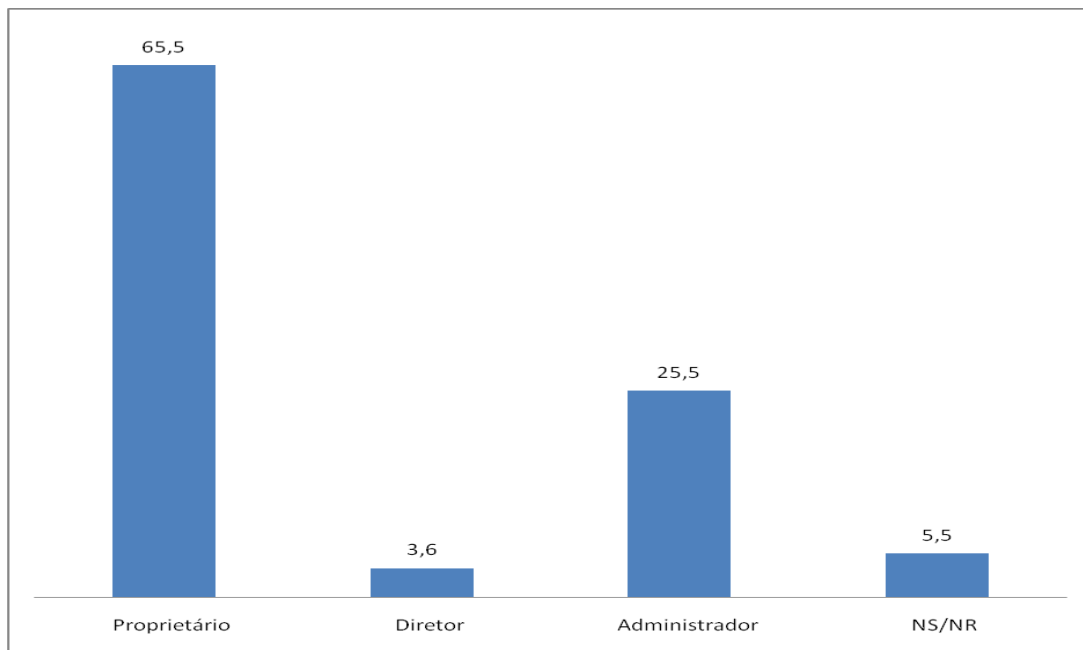
Fonte: Elaborado pelo Autor deste trabalho. Dados da Pesquisa de Campo realizada pelo autor deste trabalho

Esses dados confirmam a tendência das empresas existentes no estado de Roraima, que gira em torno da “economia do contracheque”, onde é o maior empregador.

Foi perguntado “Que tipo de serviço, produtos e o que comercializa?” A síntese das respostas foram às seguintes: confecção e instalação de banners; acesso a internet; materiais gráficos; materiais elétricos; cursos de capacitações; academias de ginásticas; materiais de construção; manutenção de celulares; salões de beleza; serviços de informática; distribuidora de gás liquefeito de petróleo; serviço de segurança eletrônica e rastreamento de veículos, confecção de artefatos de cimento, vendas de brinquedos; venda de medicamentos; suprimento de informática, móveis para escritório e outros equipamentos; comércio de frios; produtos agrícolas, sementes e insumos; comércio varejista; agência de turismo; venda de medicamentos; materiais gráficos e suprimentos de informática; venda de produtos veterinários; venda e consertos de bicicletas; especializada de tecidos e artigos de cama e mesa; produtos para panificação e pizzaria; venda de veículos; venda de peças em marmoraria e pré-moldados; vendas de bebidas; venda de calçados; venda de jóias; venda de peças de motos, venda de móveis e portais; venda de soldas, gás, eletrodos e tintas; armarinhos em geral; artigos de presentes e decorações; serviços

audiovisuais; vendas de medicamentos veterinários, rações, sal mineral, sementes de pasto, dentre outras. Apareceram poucas indústrias e agroindústrias.

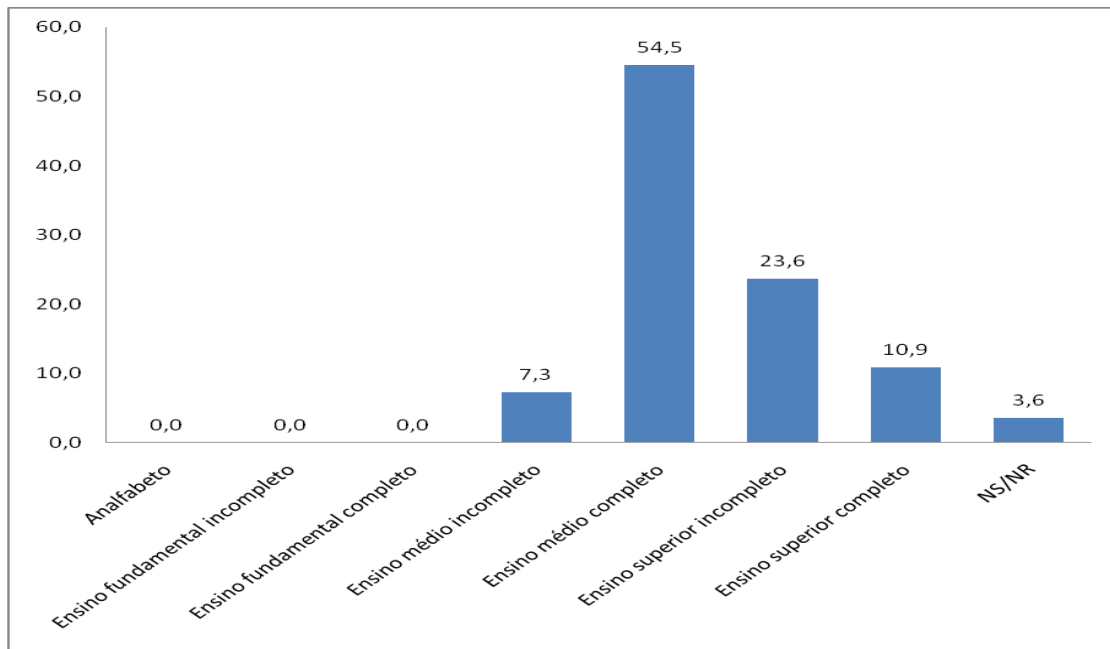
Outra observação foi o da definição pelo responsável da empresa sobre “Função do respondente dentro da empresa?” As respostas foram: em 65,5% de “Proprietário”, 3,6% de “Diretor da Empresa” 25,5% de “Administrador” e para finalizar 5,5% não soube responder e ou não respondeu.



**GRÁFICO 17 - Função do respondente dentro da empresa?**

Fonte: Elaborado pelo Autor deste trabalho. Dados da Pesquisa de Campo realizada pelo autor deste trabalho

Outro dado “Grau de escolaridade dos respondentes”, na média para os padrões brasileiros, pode ser considerado bom, os empresários possuem um em termos percentuais 54,5% o ensino completo, 23,6% ensino superior, 10,9% ensino superior incompleto (a maioria está cursando uma faculdade); ensino médio incompleto apenas 7,3% e não soube ou não respondeu 3,6%. Ver Gráfico 18 a seguir:



**GRÁFICO 18 - Grau de escolaridade dos respondentes**

Fonte: Elaborado pelo Autor deste trabalho. Dados da Pesquisa de Campo realizada pelo autor deste trabalho

b) Bloco 2 – Relação com o Governo – Vendedores. A empresa do(a) Sr(a) vendeu ou prestou serviço diretamente para algum órgão do Governo Estadual nos últimos 2 anos? As perguntas foram elaboradas com o intuito de identificar: Qual era a visão do empresário sobre as compras públicas? As políticas de incentivos para as compras públicas de MPE's. Se as empresas já haviam vendido para o poder público? Qual o grau de satisfação dos empresários? Se as empresas estavam preparadas para vender para os Governos? Qual o grau de dificuldade que a empresa encontrou ao realizar a venda para o Governo? Se a empresa conseguiu cumprir os prazos de entrega? Se o Governo é um bom pagador? Dentre outros.

Os resultados foram os demonstrados na Tabela 6, na sequência:

**TABELA 1 - RELAÇÕES COM O GOVERNO**

<b>Relação com o Governo</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Ns/Nr</b>
A empresa do(a) Sr(a) conseguiu cumprir o prazo de entrega?	16,40%	1,80%	81,80%
Hoje em dia, caso fosse vender para o Governo, a empresa conseguiria cumprir o prazo? Se não, por quê?	14,50%	0	85,50%
O prazo de pagamento foi cumprido pelo Governo?	1,80%	14,50%	83,60%
Caso fosse vender para o Governo, o(a) Sr(a) esperaria que o pagamento atrasa-se? Por quê?	10,90%	7,30%	81,80%
O valor pago pelo produto corresponde ao preço de mercado?	14,50%	1,80%	83,60%
O(A) Sr(a) gostaria de vender novamente para o Governo Estadual?	16,40%	0,00%	83,60%
A empresa do(a) Sr(a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual?	14,50%	1,80%	83,60%

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho

Diante dos dados descritos no Gráfico 22, percebe-se que em Roraima às MPE's não costumam vender para o governo, ou seja, 70,9% não venderam para órgãos públicos nos últimos 2 anos.

Quando perguntado para os que responderam que não venderam; Qual tinha sido o motivo? As queixas foram as seguintes: dentre elas destacamos as seguintes: Dificuldades de participar das licitações; problemas na hora de receber do governo; o governo não dá prioridade para as MPE's de Roraima, preferem dar as licitações para empresas grandes e de fora; a distância muito grande para adquirir os produtos; não recebeu o pagamento do governo; muita burocracia para participar das licitações; o prazo para receber é muito longo e por último, não foi procurado. Revelando o desconhecimento de como para participar das contratações públicas.

Outro questionamento foi para o empresário que conseguiu vender para órgãos públicos, e como ele avaliou o processo de venda de uma forma geral? Como respostas: As oportunidades aqui são muito difíceis; problema está no atraso dos pagamentos por parte do poder público; foi mais uma venda importante para o crescimento da empresa; a procura tende a melhorar; o processo é bem complicado; na maioria das vezes não teve problemas.

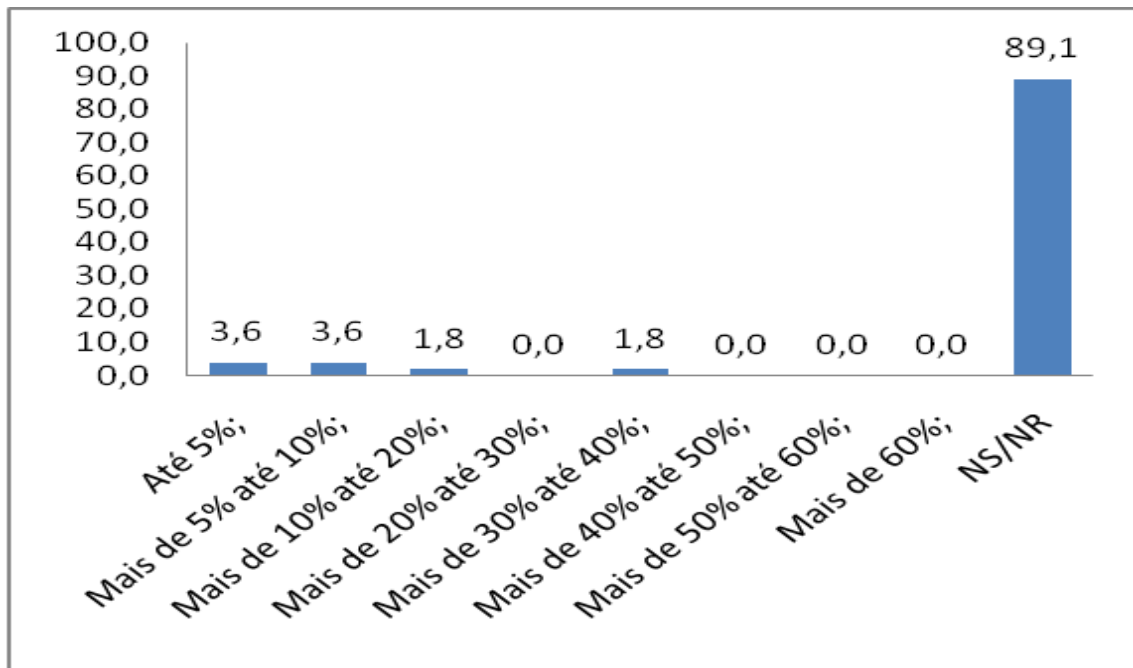
Sobre os maiores problemas encontrados para realizar a venda para o Governo Estadual? Os destaques foram a falta de oportunidades; não teve problemas; dificuldades para receber os



pagamentos; não cumprimento de prazos para pagamentos; dificuldades de compras fora do estado e não conseguir entregar no prazo contratado.

O(A) Sr(a) sentiu alguma diferença em relação às vezes anteriores? Ficou melhor ou pior? Como resposta: os prazos de pagamentos melhoraram; depois da informatização ficou melhor; depende o órgão público, alguns melhoraram; as negociações ficaram melhores depois que tiveram mais afinidade com processos de licitação.

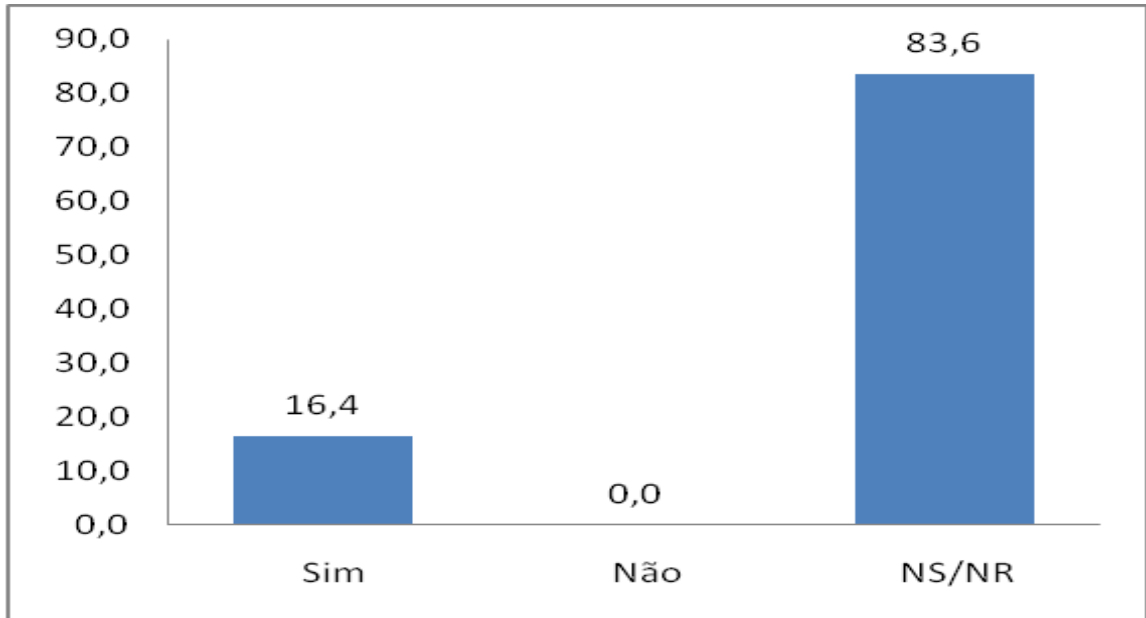
Pensando no faturamento anual da empresa, o valor pago pelo Governo equivale a que percentual do total? Como já era de se esperar, pelo baixo número de MPE's que vendem para o poder público, tiveram um aumento de até 5%, a taxa de empresas foi de 3,6%, de 5 a 10% também foi de 3,6% e mais de 10% até 20% com 1,8% e mais de 30% e 40% com 1,8%. E disparado com uma taxa de 89,1% não responderam e ou não souberam. O que reforça ainda mais a necessidade de desenvolvimento de “Políticas Públicas” voltadas ao fortalecimento desses segmentos no aumento da renda com as vendas.



**GRÁFICO 19 - Pensando no faturamento anual da empresa, o valor pago pelo governo equivale a que percentual do total?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Outra pergunta: o(a) Sr(a) gostaria de vender novamente para o Governo Estadual? Apareceu um resultado interessante, apenas 16,4% responderam que pretendem vender para o governo estadual e a maioria, 83,6% não sabem ou não quiseram responder.



**GRÁFICO 20 - O(A) sr.(a) gostaria de vender novamente para o governo estadual?**

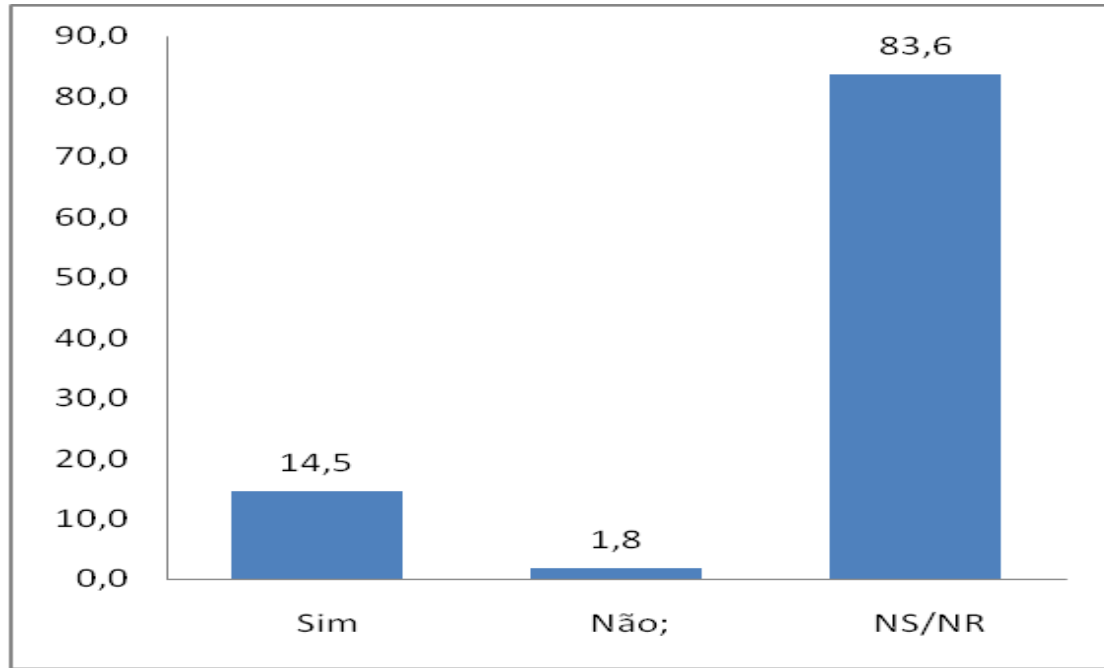
Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Esses dados mostram ainda o seguinte:

- a) Existe certa desconfiança por parte dos empresários respondentes sobre as vantagens de vender para os órgãos públicos;
- b) Desconhecimento por parte dos agentes públicos sobre a importância das MPE's na economia do Estado;
- c) Os empresários não conhecem os princípios básicos para que suas empresas possam participar das licitações;
- d) Varias empresas não estão aptas para vender para governo.
- e) Essa classe empresarial não acompanha o volume de recursos destinados para contratações do poder público no estado de Roraima.

Para certificar aptidão das empresas para participarem das contratações publicas foi questionado: A empresa do(a) Sr(a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual? E como

respostas: 14,5% disseram que sim, 1,85 que não e não responderam ou não quiseram responder com 83,6%.

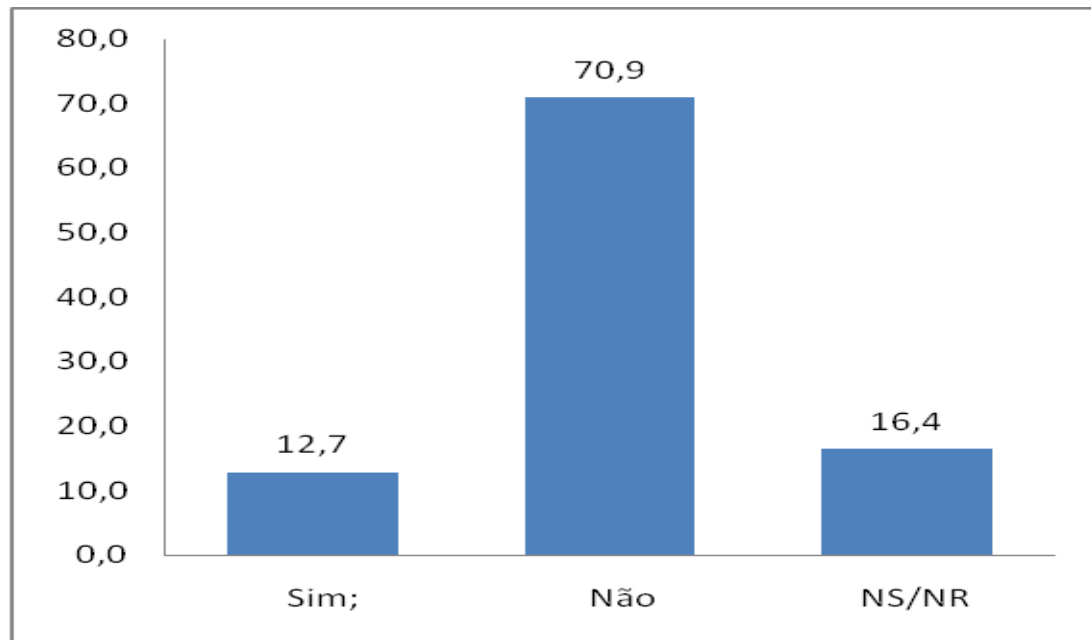


**GRÁFICO 21 - A empresa do (a) Sr. (a) está apta a vender hoje para o governo estadual?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

c) Bloco 3 - Não compradores/vendedores. As perguntas estavam direcionadas para o público de empresas que não venderam para o governo e identificar os motivos que os empresários não vendiam. Se eles tinham vontade de participar desse mercado? Se a empresa estava preparada para participar de contratos com o poder público?

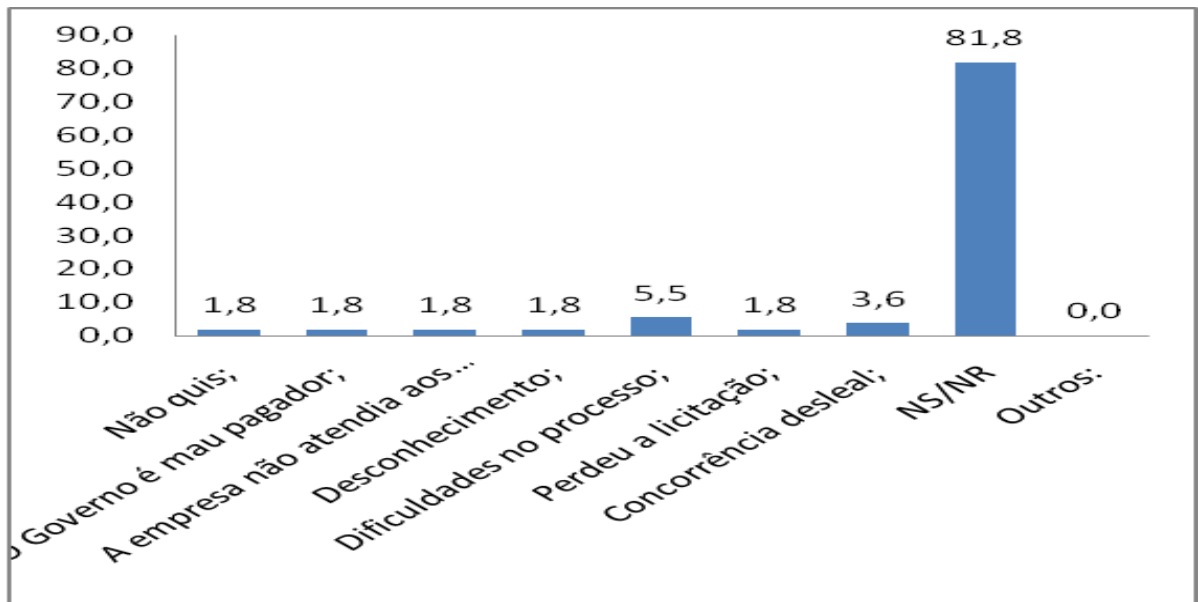
No quesito “Se a empresa do (a) Sr(a) tentou vender ou prestar serviços para algum órgão do Governo Estadual nos últimos 2 anos?” A tendência acompanhou a dos que já venderam, ou seja: 12,7% disseram que sim, 70,9% não, e 16,4% não souberam ou não quiseram responder. Ver Gráfico 22 a seguir:



**GRÁFICO 22 - A empresa do (a) sr(a) tentou vender ou prestar serviços para algum órgão do governo estadual nos últimos 2 anos?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

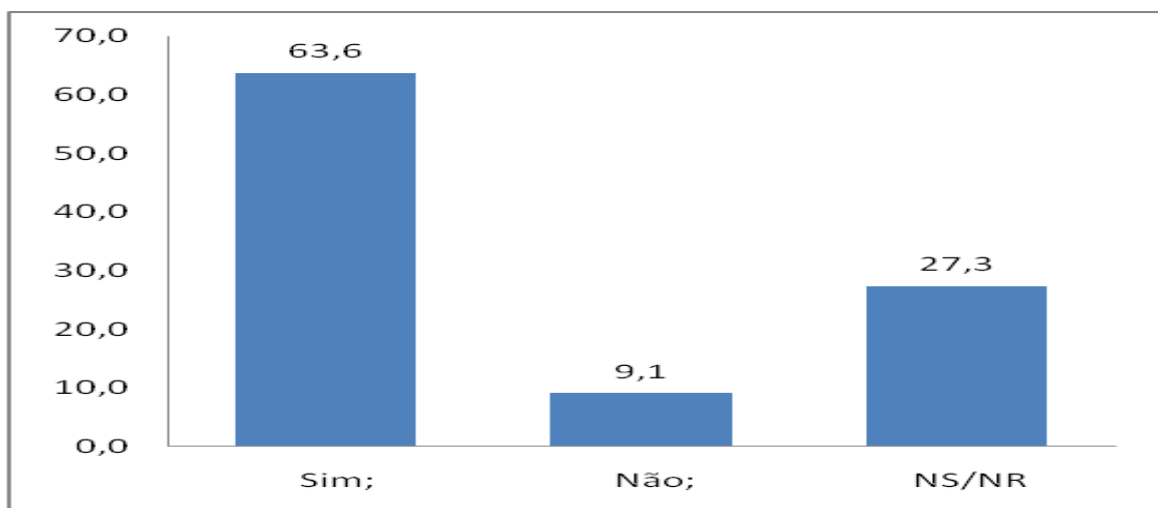
Quando questionado sobre: “Por que a empresa do (a) Sr(a) não vendeu para o Governo?” Eles disseram que existiam dificuldades nos processos de licitação, com uma taxa de respondentes de 5,5%. Como concorrência desleal 3,6%. Outros que não quiseram. Empatados com a resposta que o governo era mau pagador, que a empresa não atendia aos requisitos necessários para participar da licitação, desconhecimento e outro porque perdeu a licitação, tiveram uma taxa de 1,8% e por último 81,8% não souberam ou não quiseram responder.



**GRÁFICO 23 - Por que a empresa do (a) sr(a) não vendeu para o governo?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

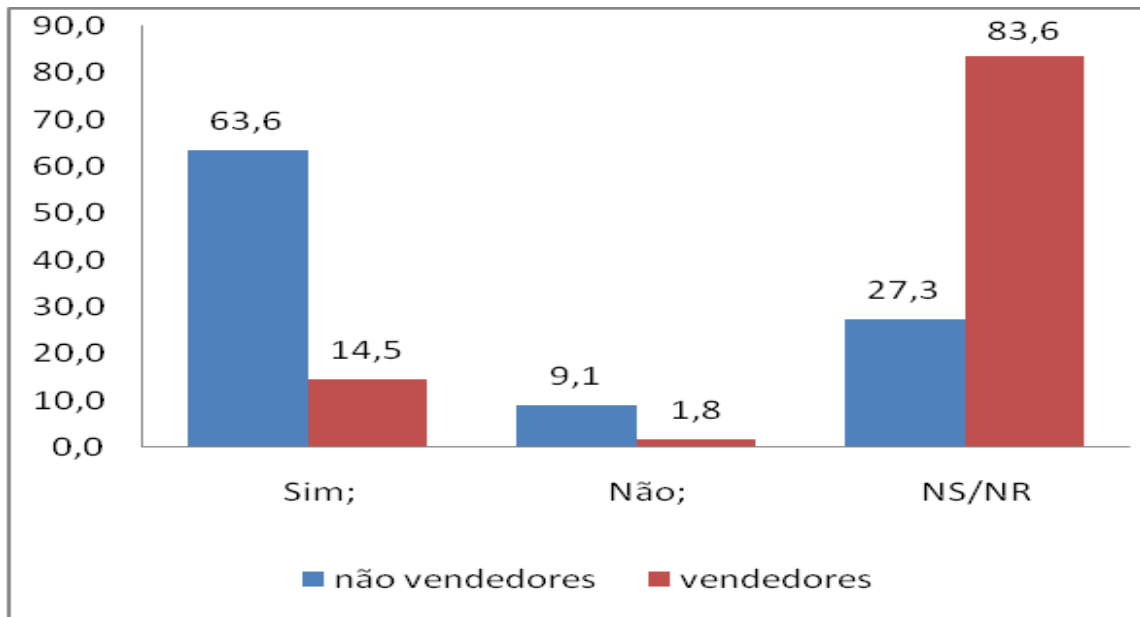
Uma informação importante que a pesquisa revelou, foi a de que grande parte das empresas estava apta para vender com um índice de 63,0%, que não 9,3% e 27,8% não quiseram ou não responderam. Ver Gráfico 24 abaixo:



**GRÁFICO 24 - A empresa do(a) sr.(a) está apta a vender hoje para o governo estadual?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Se confrontados dados do quesito que estava direcionado para os empresários que não vendiam para o governo, com os que vendiam, tem-se uma diferença bem acentuada, ver Gráfico 25 a seguir:



**GRÁFICO 25 - Correlação entre os quesitos 2.13 (vendedoras) e o 3.3 (não vendedoras) - a empresa do senhor(a) está apta para vender para o governo?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Boa parte das respostas, sobre estas diferenças já foram respondidas nos Gráfico 20 e 23, destacaremos os mais importantes: não quis; o governo é mau pagador; A empresa não atendia aos requisitos necessários; desconhecimento; dificuldades no processo; perdeu a licitação, concorrência desleal e não soube ou não respondeu.

d) Bloco 4 – Imagem do Governo. Neste bloco se buscou ter uma visão de como o empresário local enxerga as ações do poder público no que diz respeito ao apoio às MPE's e as compras governamentais, para os empresários que vendem e os que não venderam nos últimos 2 anos.

Utilizamos os dados levantados na pesquisa para fazer a análise estatística entre os empresários que venderam ou tentaram vender para o governo estadual nos últimos dois anos.

A Tabela.2 a seguir mostra as correlações entre os empresários que venderam ou tentaram vender para o Governo Estadual nos últimos 2 anos (Bloco 2 – 2.1 e Bloco 3 – 3.1) e os questionamentos do Bloco 4 do Questionário, que tratam da “Imagem do Governo”. Utilizamos o

teste de hipótese “qui quadrado” que se destina a encontrar um valor de dispersão para duas variáveis nominais, avaliando a associação existente entre variáveis qualitativas.

**Tabela 2 - Imagem do Governo Estadual para os empresários que venderam ou tentaram vender bens e serviços nos últimos 2 anos**

Questionamento	Vendeu ou tentou vender (bens ou serviços) para o Governo Estadual				Total	%	Valor p (qui quadrado)
	Sim	%	Não	%			
<b>O governo paga em dia?</b>							
Concorda	7	43,8	6	15,4	13	23,6	0,079
Discorda	6	37,5	21	53,8	27	49,1	
NS/NR	3	18,8	12	30,8	15	27,3	
Total	16	100,0	39	100,0	55	100,0	
<b>É difícil vender para o governo?</b>							
Concorda	11	68,8	11	28,2	22	40,0	0,020
Discorda	4	25,0	20	51,3	24	43,6	
NS/NR	1	6,3	8	20,5	9	16,4	
Total	16	100,0	39	100,0	55	100,0	
<b>O governo dá prioridade para às micro e pequenas empresas?</b>							
Concorda	5	31,3	6	15,4	11	20,0	0,325
Discorda	10	62,5	27	69,2	37	67,3	
NS/NR	1	6,3	6	15,4	7	12,7	
Total	16	100,0	39	100,0	55	100,0	
<b>Como avalia o Governo Estadual sobre o novo sistema de compras públicas previsto na Lei 123/06?</b>							
Ótimo/Bom	4	25,0	19	48,7	23	41,8	0,269
Regular/Ruim/Péssimo	6	37,5	10	25,6	16	29,1	
NS/NR	6	37,5	10	25,6	16	29,1	
Total	16	100,0	39	100,0	55	100,0	
<b>Sabe que o Governo Estadual está promovendo ações que facilitem às MPE's a vender para seus órgãos públicos?</b>							
Sim	3	18,8	14	35,9	17	30,9	0,089
Não	13	81,3	20	51,3	33	60,0	
NS/NR	0	0,0	5	12,8	5	9,1	
Total	16	100,0	39	100,0	55	100,0	

FONTE: Pesquisa de campo, Tabela elaborada pelo autor do trabalho.

Testamos, na Tabela acima, a existência de diferenças significativas entre os empresários que venderam ou tentaram vender para o Governo do Estado contra os questionamentos seguintes:

- questão 4.1 – O Governo paga em dia?
- questão 4.2 – É difícil vender para o Governo?
- questão 4.3 – O Governo dá prioridade para às micros e pequenas empresas?

- questão 4.4 – Com relação ao novo sistema de compras governamentais, previsto na Lei 123/06, Novo Estatuto das Micro e Pequenas Empresas do Brasil, que prevê um tratamento diferenciado para as MPE's, nas compras até R\$ 80.000,00, como o(a) Sr(a) avalia o Governo Estadual?

- questão 4.5 – O(A) Sr(a) sabe que o Governo Estadual está promovendo ações que facilitem às MPE's a vender para seus órgãos?

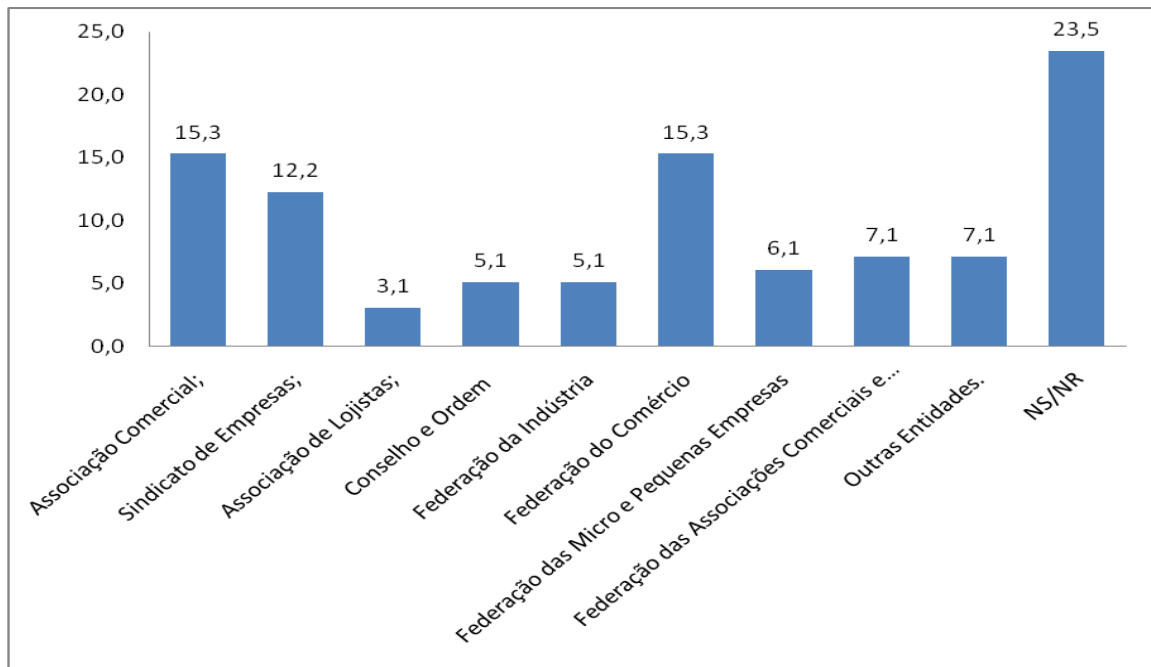
Com a aplicação do teste de hipótese “qui quadrado” verificou que apenas com relação à opinião dos empresários sobre a dificuldade de se vender para o Governo o teste mostra as diferenças, entre quem vendeu ou tentou vender e quem não vendeu e não tentou vender, como significativas. Valor  $p = 0,020$ , portanto, menor que o nível de significância de 0,05 adotado pela pesquisa como limite para aceitar a hipótese alternativa de diferenças significativas.

O resultado acima indica que os empresários que venderam ou tentaram vender para o Governo Estadual, que concordam que é difícil vender para o governo, 68,8%, é significativamente diferente dos que não venderam e não tentaram vender (28,2%). Isto mostra que a experiência de vender ou tentar vender para o governo levou os empresários a aceitarem a dificuldade de vender muito além do simples senso comum daqueles que não venderam ou tentaram vender.

Nos demais questionamentos retratados na Tabela 7, as diferenças apresentadas não são significativas para inferir sobre o comportamento da opinião da população de empresários de micro e pequenas empresas.

e) No Bloco 5 se buscou identificar qual o papel do empresário no contexto social local, e sua participação no cenário político do qual estava inserido - a primeira pergunta foi: “O empresário participava de alguma entidade empresarial?” As respostas mostraram que alguns casos eles participavam de mais de uma associação de classe, dos 55 questionários validados, obtivemos 98 afirmativas. Desse número, 15,3% responderam que faziam parte da Associação Comercial e da Federação do Comércio do estado de Roraima, 12,2% Sindicato de Empresas; empatados com 7,1% ficou a Federação das Associações Comerciais e outras entidades, com 6,1% a Federação das Micro e Pequenas Empresas de Roraima, 5,1 pertencem a Conselho de Ordem, 3,1% a Associação dos Dirigentes Lojistas e Não soube ou não quiseram responder com 23,5%.

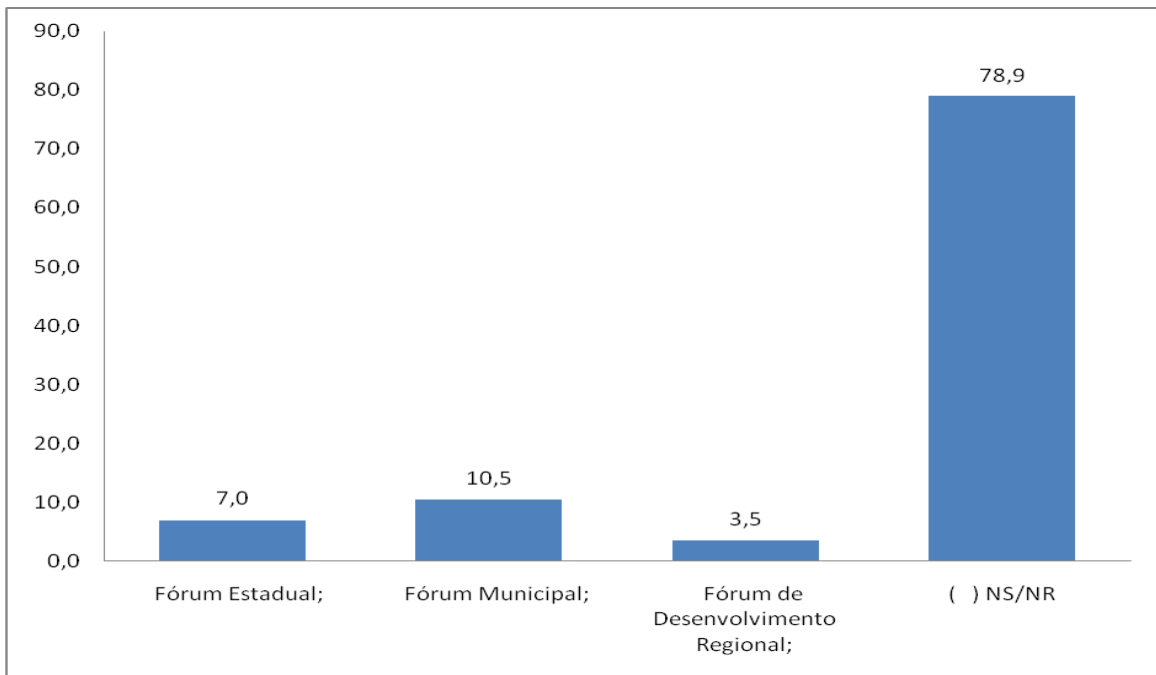




**GRÁFICO 26 - O(A) sr(a) participa de entidades empresariais?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Sobre a participação do empresário em algum conselho e ou fórum estadual, municipal de desenvolvimento regional, os dados mostraram uma baixa participação, nos fóruns estaduais com taxa relativa de 7,0%, nos municipais 10,5%, regionais com apenas 3,5%, os que não souberam e ou não quiseram responder com a maioria de 78,9%.

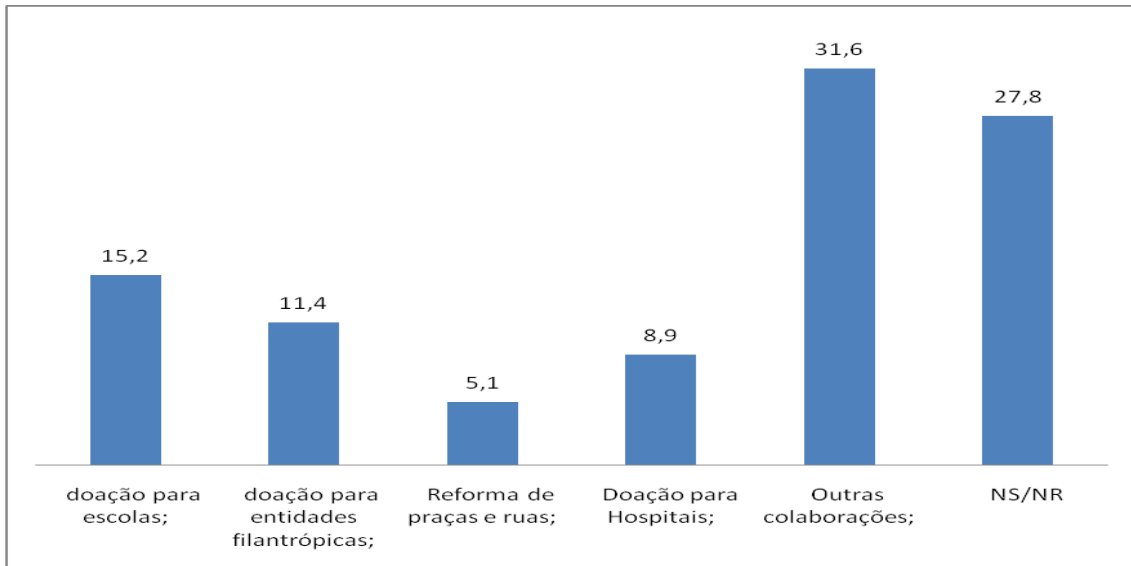


**GRÁFICO 27 - O(A) sr(a) participa de conselhos estadual, municipais e fóruns de desenvolvimento regionais?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Neste grupo podemos concluir que os empresários das MPE's em Roraima não estão interessados em participar dos fóruns e ou conselhos existente, mas se pode questionar, também, a inexistência desses espaços no Estado.

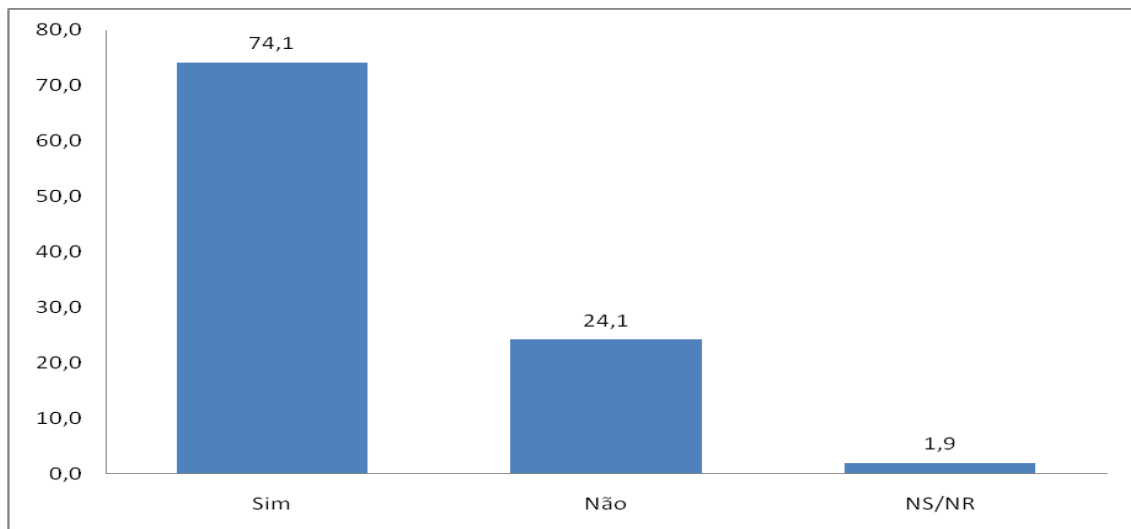
Quando o questionamento era se eles colaboravam com a melhoria dos serviços públicos na região? Eles responderam que 15,2% com doação para escolas, 11,4% para entidades filantrópicas, 8,9% para hospitais, 5,1% para reforma de praças e ruas, 31,6% outras colaborações e não soube ou não quiseram responder 27,8%.



**GRÁFICO 28 - O(A) sr(a) colabora com a melhoria dos serviços públicos de sua região?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

No quesito participação nas eleições partidárias, se esses empresários buscavam conhecer as idéias dos candidatos, estimulando os debates e apresentando sugestões, a maioria disse que sim com uma taxa de 74,1%, a resposta não foi de 24,1% e não respondeu ou não quis responder com 1,9%. Ver Gráfico 29 abaixo:



**GRÁFICO 29 - Quanto a eleições o(a) sr(a) procura conhecer as idéias dos candidatos, estimulando os debates e apresentando sugestões para os mesmos?**

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Quando questionado se acompanhavam as ações do Governo Federal, Estadual e Municipal, a Tabela 8 mostra, com uma média acima de 44%, poucas vezes eles acompanham as ações dos governos. Ou seja, esses dados mostram pouco interesse em acompanhar as ações dos representantes eleitos para gerir os recursos arrecadados dos impostos das empresas.

**TABELA 3 - AVALIAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS RESPONDENTES**

<b>Descrição</b>	<b>Federal</b>	<b>Estadual</b>	<b>Municipal</b>
<b>Sempre</b>	34,50%	40,00%	40,00%
<b>Muitas vezes</b>	14,50%	10,90%	9,10%
<b>Poucas vezes</b>	45,50%	43,60%	43,60%
<b>Nunca</b>	3,60%	1,80%	3,60%
<b>NS/NR</b>	3,60%	3,60%	3,60%

Fonte: Elaborado pelo Autor. Pesquisa de campo realizada pelo autor deste trabalho.

Conforme foi comentado no início deste capítulo, foram realizadas outras entrevistas *in loco* com os representantes de algumas repartições públicas do município de Boa Vista (capital) e de diversos órgãos do Estado. Os entrevistados foram: o Presidente da Comissão Permanente de Licitação do Estado, Auditora Geral do Estado de Roraima, Secretária Adjunta da Secretaria de Fazenda, Secretário de Estado da Fazenda, Diretor do Departamento de Contabilidade da SEFAZ-RR, Diretora do Departamento de Fiscalização de Rendas do Estado, Presidente da Comissão Permanente de Licitação do Município de Boa Vista, Presidente da Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE-RR, dentre outros responsáveis por Setores de Compras de órgãos públicos em Roraima.

O resultado das entrevistas confirmou que não existem políticas públicas de incentivos para as micro e pequenas empresas no estado de Roraima no que diz respeito às contratações públicas.

## 6 CONCLUSÃO

As principais conclusões deste estudo sobre os programas de apoio, comentados no decorrer deste trabalho, mostraram à extrema ambigüidade sobre a avaliação que às MPE's fazem em relação à necessidade de capacitação profissional e gerencial das empresas.

Em alguns países da Europa, América Latina e da África do Sul, EUA e Brasil se percebe algumas mudanças culturais por parte do setor público de que as MPE's precisam de apoio para o fortalecimento e a sustentabilidade desse segmento, dentre eles estão as compras públicas.

As Políticas de apoio já estão apresentando resultados, as contratações públicas estão aumentando. Sabe-se que muito tem que melhorar, a tendência é a do fortalecimento do setor.

Quanto à capacitação, pode-se concluir que a maioria das empresas não considera este tipo de apoio prioritário. Entretanto, diferentemente do financiamento, as razões apontadas para tal são bastante distintas entre os países analisados. A causa mais comum parece ser a inadequação entre as necessidades das empresas e a oferta de capacitação oferecida pelas instituições (universidades, instituições de ensino profissional e outras organizações de consultoria) que oferecem capacitação. Esse problema leva os empresários a diagnosticarem a capacitação como importante para apoiar os esforços de aumento de competitividade das empresas, embora eles acabem não utilizando esses programas, por sua inadequação.

Outro aspecto bastante importante é o fato de que, na maioria das empresas, a mão-de-obra utilizada é de origem familiar. A gerência das empresas também é realizada pela própria família. Estes aspectos dificultariam uma avaliação objetiva das empresas sobre a necessidade de capacitação profissional e gerencial, ajudando a explicar sua ambigüidade quando consultadas sobre o tema.

Das análises das evidências empíricas podem ser destacadas: a desinformação geral sobre os Programas de Apoio entre as empresas, decorrente de uma divulgação precária; falta de apoio específico para alguns problemas reputados como muito importantes. Como é o caso da sustentação das vendas, oscilantes e incertas; concentração da distribuição regional e setorial do apoio; os recursos são extremamente pulverizados e voltados para o atendimento individual das empresas; é necessário fortalecer e modernizar a infra-estrutura pública, para atendimento das empresas clientes do apoio; falta de evidência sobre os resultados da aplicação dos Programas.

As razões apontadas para a desinformação sobre os Programas de Apoio é a freqüente indefinição acerca dos seus principais objetivos e a conseqüente superposição dos mesmos.

Existe maior dificuldade das empresas micro em acessar informações sobre os Programas do que as empresas pequenas e médias.

Os resultados da aplicação dos Programas analisados nos estudos selecionados são incapazes de apresentar uma idéia precisa da sua importância para o desempenho das MPE's Com a aprovação da Lei Geral as expectativas são as de que às Micro Empresas e Empresas de Pequeno Porte se tornem mais competitivas na formalidade em sua relação com as grandes empresas e perante a economia informal, por meio de: Desregulamentação; Desoneração e Estímulos. Apenas aprovar uma nova lei não solucionará o problema intrínseco que a burocracia e excesso de procedimentos causam. É como criar mais uma regra para desfazer outras regras. Os empreendedores precisam se mobilizar para exigir que a lei seja cumprida. Este é um passo, que para ser bem-sucedido necessitará de mobilização da classe empreendedora.

Nas análises estatísticas se confirmou que é difícil vender para o poder público em Roraima, tantos para os empresários que já venderam, quanto para os que tentaram vender nos dois últimos anos.

A regulamentação e implantação dos benéficos previstos no Capítulo V da Lei 123/06, que trata das compras públicas no estado e nos municípios de Roraima é urgente e se espera como resultados o desenvolvimento e sustentabilidade das micro e pequenas empresas, que representam mais de 99,0% dos negócios no Estado.

O resultado das entrevistas mostrou que não existe uma política de incentivo para as compras públicas de MPE's no estado de Roraima, se incluem nesta assertiva as entidades que compõe Sistema "S". A única referência encontrada é a obediência ao que estabelece a Lei 123/06, de constar nos editais o tratamento diferenciado para as MPE's.

Mostro o desconhecimento, por parte dos empresários de MPE's, de como participar de contratações públicas.

Desconfiança em vender para o governo e não receber.

Os empresários de MPE's não sabem e não manifestam interesse em saber do quanto circula de recursos nos cofres públicos destinado às contratações públicas, por entenderem que as compras efetuadas só atendem as empresas de fora do Estado.

Existe uma distância muito grande entre empresa e poder público, e o desconhecimento dos gestores e servidores público sobre a importância desses segmentos na economia local, incluem-se, aqui, as entidades do sistema “S”.

Ausência de capacitações de servidores públicos sobre os dispositivos constantes da Lei 123/06.

Demonstrou a existência de esperança por parte dos empresários de que o poder público desenvolva políticas públicas voltadas ao fortalecimento desse segmento das MPE’s.

Conforme previsão no início deste trabalho será apresentado nesta **Conclusão** algumas **Sugestões** que poderão ser implementadas a fim de aumentar a participação das MPE’s nas contratações públicas no poder público e nas entidades que compõe o sistema “S”, tais procedimentos trarão vários benefícios:<sup>105</sup>

**Sugestões:**

- a) Apresentar para os agentes públicos e privados e à opinião pública os resultados derivados do tratamento diferenciado das Microempresas e Empresas de Pequeno.
- b) Apresentar aos agentes públicos e privados envolvidos com a temática, tais como o Tribunal de Contas da União e dos Estados, o Poder Judiciário, e os profissionais de auditoria, consultoria e assessoria jurídica, a doutrina constitucional que fundamenta o tratamento diferenciado para as microempresas e empresas de pequeno porte nas compras governamentais;
- c) Criar Banco de Dados de Produtos e Serviços Certificados ou Homologados.
- d) Definir metas mobilizadoras de compras a serem realizadas pelo Poder Público das Micro e Empresas de Pequeno Porte.
- e) Desenvolver ações estruturantes e de capacitação tanto para os Compradores, como para os vendedores; e treinamento dos agentes governamentais envolvidos com o processo de compras, com ênfase na inserção das microempresas e empresas de pequeno porte, focando as Compras governamentais como indutoras do desenvolvimento local e regional.
- f) Criar ações Sistêmicas a fim de programar Sistema de Redução de Riscos;

---

<sup>105</sup> Várias das sugestões que estão relacionados neste subitem foram extraídas da Cartilha do SEBRAE do estado de São Paulo, Políticas Públicas – As Micro e Pequenas Empresas e as Compras Governamentais, 1ª Edição, 2005.

- g) Desenvolver e implantar um sistema de compras eletrônicas com leilão reverso, convite eletrônico e pregão eletrônico em todos os órgãos públicos dos municípios e do estado de Roraima.
- h) Desenvolver Programa de Capacitação das Micro e Empresas de Pequeno Porte para Compras Governamentais, com educação e treinamento sobre acesso ao mercado de compras governamentais para o empresário de micro e pequena empresa. Apresentar à pequena empresa as possibilidades de compras governamentais, sensibilizando o empresário para a relevância e o potencial desse mercado, educando-o sobre a legislação aplicável, seu uso correto e os melhores processos e procedimentos para fornecimento.
- i) Desenvolver programa de estímulo à operação dos agentes financeiros na mobilização de fundos de aval ou seguros para fornecimento governamental, na facilitação do acesso ao mercado secundário de títulos e empenhos (recebíveis) e na antecipação de créditos de compras governamentais mediante desconto vinculado em conta corrente ou outros mecanismos.
- j) Desenvolver Programa Estruturante para Compras Governamentais com Programa que incentive a adoção e o fornecimento de infra-estrutura informatizada (hardware, software e conectividade) aos órgãos governamentais compradores para gerenciamento do sistema de compras da unidade governamental, por meio de convênio de adesão ao programa.
- k) Desenvolver e manter atualizado processos e procedimentos de compras governamentais informatizados; para apresentar aos gestores públicos a relevância das compras governamentais como fator de indução do desenvolvimento local e regional, notadamente para as microempresas e empresas de pequeno porte, fornecendo-lhes a fundamentação jurídica e os melhores processos e procedimentos de compras.
- l) Destacar o impacto da nova política pública no desenvolvimento territorial, possibilitando avaliar a eficácia da ação para a intervenção e formação de opinião; além dos resultados relativos à redução dos custos operacionais e dos preços pagos pelos governos, bem como a dinamização do processo de aquisição e a redução do desvio de recursos públicos.



- m) Elaborar legislação específica no Estado e nos quinze municípios, que regulamente o tratamento constitucional diferenciado, jurídico favorecido e simplificado para as microempresas e as empresas de pequeno porte, no estado e nos municípios de Roraima.
- n) Estimular a Administração Pública a aderir ao programa e reconhecer as ações competentes e eficazes, em desenvolvimento no país, concernentes ao tratamento favorecido das micro e empresas de pequeno porte nas compras governamentais.
- o) Facilitar o acesso a espaço físico para os empreendedores estabelecerem seus negócios, mediante financiamento para compra ou medidas de diminuição da burocracia; como fundos de aval em substituição à fiança; e dos preços de aluguéis; com incentivos fiscais para construção e locação de imóveis comerciais e de produção.
- p) Fortalecer a criatividade como elemento essencial do empreendedorismo a fim de aumentar a inovação tecnológica das MPE's.
- q) Programar Sistema de Qualificação, Orientação e Suporte para as Compras Governamentais estruturando a rede para estabelecimento e disseminação de conhecimento, padrões e serviços na gestão de compras governamentais e que opere de forma integrada em âmbito federal, estadual, regional e municipal.
- r) Instituir mecanismos de garantia de recebimento para os fornecedores de compras governamentais.
- s) Integrar e orientar tecnicamente os compradores em processo de aperfeiçoamento contínuo.
- t) Maior participação de empresas locais.
- u) Maior transparência para os contribuintes, na medida em que os dados e as informações relacionados à compra podem estar disponíveis ao público.
- v) Maximizar resultados em curto prazo, e permitir experiências iniciais bem sucedidas e motivadoras dos envolvidos, fomentando o desenvolvimento local, a geração de emprego, de renda e a inovação tecnológica.
- w) Melhorar as condições dos empreendedores por necessidade. Estes continuam tendo dificuldades para obter recursos no mercado formal que viabilizem seus negócios. Os baixos valores de que dispõem para empreender o comprovam.

- x) O SEBRAE e outras entidades do Sistema “S”, deveriam ofertar horas de consultoria técnica externa para diagnóstico, análise e definição de plano de compras da unidade governamental que aperfeiçoe resultados quando da sua implementação. O Executivo deveria manter registros das compras realizadas no período e nos segmentos priorizados. O atingimento das metas deverá ser verificado.
- y) Desenvolver e programar palestra-padrão e material informativo para o público-alvo.
- z) Orientar potenciais empreendedores quanto ao potencial das atividades relacionadas ao fornecimento de produtos a empresas, de maior valor agregado.
- aa) Permitir acompanhamento pelas empresas e sociedade dos processos de compras eletrônicas promovidos pela administração pública.
- bb) Permitir o gerenciamento do sistema de compras, facilitando a otimização do gasto público com a redução do gasto operacional e dos preços pagos, a agilização do processo de aquisição, o incremento da transparência e o controle das negociações.
- cc) Preparar melhor as pessoas que estão pensando em se tornar empreendedoras para que compreendam o mercado em que desejam atuar; principalmente a dinâmica da concorrência, o potencial de aceitação do produto etc; antes de despender recursos e energias, seus e de seus familiares.
- dd) Propor aos agentes envolvidos metas mobilizadoras para as ações relativas às compras governamentais no âmbito, estadual e municipal selecionadas como piloto.
- ee) Realizar trabalho de esclarecimento e implementação com representantes dos órgãos e entidades do Estado e dos municípios, visando simplificar o processo de compras, evitando os custos de apresentação das mesmas amostras ou referências em diversos órgãos.
- ff) Seleção, capacitação e implementação da figura do “Especialista em Pequenos Negócios”, desenvolvendo e implementando metodologia de recrutamento, seleção, capacitação e ação do “Especialista em Pequenos Negócios”; firmar termo de cooperação com entidades de classe de representação das microempresas e empresas de pequeno porte para a implantação do “Especialista em Pequenos Negócios.
- gg) Sensibilização Estratégica dos Operadores do Direito, Apoio e Assessoria Legal.

hh) Transparência, Publicidade e Memória da Gestão da informação e divulgação de indicadores e resultados concretos relativos ao novo modelo de compras governamentais.

## REFERÊNCIAS

Access to Finance. <http://www.accesstofinance.eu>. Último acesso em 03 de março de 2009.

ALESSI, Renato. *Direito administrativo*. Milão : [s.n.], 1999.

ALVES, Sérgio Francisco. *Poder de compra do governo e competitividade: estudo da competitividade da indústria brasileira*. Campinas: [s.n.] 1993. (Nota Técnica Temática do Bloco Determinantes Político-Institucionais da Competitividade).

ARANTES, Rafael Setúbal. *Comercialização no mercado interno e compras governamentais*. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA SOBRE ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS, 02/09/2005. Rio de Janeiro. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivo/sdp/proAcao/APL/4RafaelArantesMPOG.pdf>>. Acesso em: 06/03/2008.

ARITA, H. *Uma proposta para a racionalização das compras do Governo*. 1985. Mimeografado.

ARORA, A.; GAMBARDELLA, A. The division of innovative labor in biotechnology. In: ROSENBERG, N.; GELIJNS, A.; DAWKINS, H. *Sources of medical technology: universities and industry* (Medical innovation at the crossroads, v. 5). Washington: National Academy, 1995.

ARRUDA, M., FAGUNDES, J. *Racionalização do poder de compra estatal*. FINEP/MICT/PADCT, 1995. Relatório Final de Pesquisa. Mimeografado.

Baltic Cooperation. <http://www.baltic-cooperation.eu/UNIQ117811680412813/doc4193A.html>. Último acesso em 03 de março de 2009.

BARBOSA, Denis Borges. *Licitações subsídios e patentes (após os acordos da organização mundial do comércio de 1994): direito do desenvolvimento industrial*. 1999. v. 2. Disponível em: <<http://www.nbb.com.br/public/licitacoes.htm>>. Acesso em: 01/03/2009.

BASTOS JR, Paulo Alberto; GRECO, Simara Maria S. S.; HOROCHOVSKI. *Empreendedorismo no Brasil*: 2004. Erkkö Autio. Babson College, US and London Business School, UK, 2006.

BAUMOL, William. Entrepreneurship in economic theory. *American Economic Review*, 58(2): 64-71, May 1968.

BENTHAM, Jeremy. Defence of usury (Letter XIII). In: MOSSNER, Ernest e ROSS, Ian (eds.). *Correspondence of Adam Smith*. Indianapolis: Liberty Fund, 1987.

BRASIL. *Compras governamentais: Programas complementares: O Brasil comprando mais das micro e pequenas empresas, promovendo o desenvolvimento local e dando transparência à ação pública*. Documento síntese, 2006.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Termo de referência de tecnologia de gestão do uso do poder de compra: projeto formação de recursos especializados na tecnologia de gestão do uso do poder de compra*. Brasília: MDIC: SEBRAE, 2000.

BYGRAVE, William D.; MINNITI, Maria. *Executive Report*. Disponível em: Global Entrepreneurship Monitor: 2005. Acesso em 14/12/2008.

CALDAS, Eduardo de Lima. *Políticas públicas e redistribuição de renda e da riqueza*. São Paulo: Instituto Pólis, mar 2005. Disponível em: <<http://www.polid.org/download/52.pdf>> Acesso em: 01/03/2009.

CANTILLON, Richard. *Essai sur la Nature du Commerce em Général*. Paris : INED, 1952.

CARVALHO, Paulo César Silva. *Política de compras na administração pública brasileira*. Disponível em: <<http://licitacao.locaweb.com.br/artdescricao.asp?cod=59>>. Acesso em: 04/03/2009.

CASSON, Mark. Entrepreneur. In: EATWELL, John et alli (eds.). *New Palgrave*. New York: Macmillan, 1987.

CASSON, Mark. Introduction. In: *ENTREPRENEURSHIP*. Aldershot: Edward Elgar, 1990.

CASTRO JR., Osvaldo Agripino de. *Teoria e prática do direito comparado e desenvolvimento: Estados Unidos x Brasil*. Florianópolis: Fundação Boiteux, IBRADD, UNIGRANRIO, 2002.

Célio Cabral de Souza Junior, extraído do SIASG 2000, Balanço Geral da União e Balanços Estaduais e Municipais disponíveis no FINBRA, site [http://www.cedeplar.ufmg.br/seminarios/seminario\\_diamantina/2008/D08A145.pdf](http://www.cedeplar.ufmg.br/seminarios/seminario_diamantina/2008/D08A145.pdf). Acesso em 02 de fevereiro de 2009.

CHANDLER JR., A. Organizational capabilities and the economic history of the industrial enterprise. *Journal of Economic Perspectives*, 6(3): 79-100, 1992.

\_\_\_\_\_. *Scale and scope: the dynamics of industrial capitalism*. Harvard: Belknap, 1990.

\_\_\_\_\_. *The Visible Hand - The Managerial Revolution in America Business*. London: The Belknap Press of Harvard University Press, 1977.

COLLEGIATE ENTREPRENEURS' ORGANIZATION. Disponível em: <http://www.c-e-o.org/page.php?mode=privateview&pageID=124&navID=24>. Acesso em 12/12/2008.

China. [www.china-iprhelpdesk.eu](http://www.china-iprhelpdesk.eu). Último acesso em 03 de março de 2009

COMISSÃO EUROPÉIA (1996). *The Green Book on Public Procurement in the European Union: The Single Market Review Series – Subseries III – Dismantling Barriers: Public Procurement*. Disponível em: [http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/publicprocurement/docs/report-dismantling-of-barriers\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/internal_market/publicprocurement/docs/report-dismantling-of-barriers_en.pdf). Acesso 17/03/2009.

\_\_\_\_\_. (2001). *Interpretative Communication of the Commission*. Disponível em: [http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001\\_0566en01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0566en01.pdf), acesso 17/03/2009.

\_\_\_\_\_. (2003). *Craft and Small Business*. Disponível em: <http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft/>. Acesso 18/03/2009.

\_\_\_\_\_. (Março, 2004). *A report on the functioning of public procurement markets in the EU: 12 XI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, Ciudad de Guatemala, 7 – 10/11/2006.

Compras Net. [http://www.comprasnet.gov.br/ajuda/Cartilha\\_MPEs\\_setembro2008.pdf](http://www.comprasnet.gov.br/ajuda/Cartilha_MPEs_setembro2008.pdf), Pág. 7. Último acesso em 04 de março de 2009.

COTTAM, Keith M. *The impact of the library "intrapreneur" on technology*. Library Trends, v. 37, n. 4, p. 521-531, 1989.

DANBEZIES, André. Fausto. In: BRUNEL, Pierre (org.). *Dicionário de Mitos Literários*. 2ª edição, trad. port. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

DANIELS, Lisa, Donald C. Mead and M. Musinga (1995). *Employment and Income in Micro and Small Enterprises in Kenya: Results of a 1995 Survey*. DAI: GEMINI Technical Report No. 92.

DOBB, Maurice. Entrepreneur. In: SELIGMAN, Edwin (ed.). *Encyclopaedia of the Social Sciences*. New York: Macmillan, 1934.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DRUCKER, Peter F. *Inovação e espírito empreendedor*. 2 Edição. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1986.

Education. <http://ec.europa.eu/education>. Último acesso em 03 de março de 2009

ENTREPRENEUR.com. Disponível em: <http://www.entrepreneur.com/> Acesso em 13/12/2008.

ENTREPRENEURS' ORGANIZATION (EO) Disponível em: <http://www.eonetwork.org/abouteo/Pages/AboutEO.aspx>. Acesso em 13/12/2008.

Enterprise Entrepreneurship. [http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/sba\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/sba_en.htm). Acesso em 02.02.09.

Enterprise Entrepreneurship. Website: [http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/docs/sme\\_pack\\_en\\_2008\\_full.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/docs/sme_pack_en_2008_full.pdf). Acesso em 02.02.09

ESPÍNDOLA, Ruy Samuel. *Conceito de princípios constitucionais*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

Europa e Japão. [www.eujapan.com/europe/centre.html](http://www.eujapan.com/europe/centre.html). Último acesso em 03 de março de 2009.

FERNANDES JÚNIOR, Ottoni; FURTADO, Clarissa. Políticas Públicas: O poder de compra do governo, Como as aquisições governamentais poderão ser usadas para fomentar o desenvolvimento tecnológico e apoiar pequenas empresas nacionais. *Desafios do Desenvolvimento, Revista mensal de informações e debate do Ipea e do Pnud*. Brasília, ano 2, n. 10, pg. 24-30, maio 2005.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*. São Paulo, v.34, n2, p.5-28, abr.-jun. 1999.

\_\_\_\_\_. Le champ de l'entrepreneuriat historique, évolution tendances. *Revue Internationale PME*, v.10, n.2, p.129-172,1997.

Franklin Covev. [www.franklincovey.com.br](http://www.franklincovey.com.br); e <http://pt.shvoong.com/business-management/management/1705689-din%C3%A2mica-das-MPEs-%C3%A1frica-am%C3%A9rica/>. Último acesso em 03 de março de 2009.

FREEMAN, C.; SOETE, L. *The economics of industrial innovation*. London: Pinter, 1997.

GARCIA, Luiz. *Formação empreendedora na educação profissional*. Florianópolis: LED, UFSC, 2000.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Disponível em: <http://www.gemconsortium.org>. Acesso em 13/12/2008.

\_\_\_\_\_. *Empreendedorismo no Brasil - 2000*: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2001. Acesso em 13/12/2008.

\_\_\_\_\_. *Empreendedorismo no Brasil - 2001*: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2002. Acesso em 18/12/2008.

\_\_\_\_\_. *Empreendedorismo no Brasil - 2002*: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2003. Acesso em 13/12/2008.

\_\_\_\_\_. *Empreendedorismo no Brasil - 2003*: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2004. Acesso em 15/01/2009.



Gateway to Japan. <http://www.gatewaytojapan.org/dispatch.wcs?uri=689113240&action=view>. Último acesso em 03 de março de 2009.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2005). [http://www.comicro.org.br/download/estudos%20e%20pesquisas/GEM%20-%20Empreendedorismo%20no%20Brasil\\_2005.pdf](http://www.comicro.org.br/download/estudos%20e%20pesquisas/GEM%20-%20Empreendedorismo%20no%20Brasil_2005.pdf). último acesso em 22 de abril de 2009.

GOVERNO do Estado de Roraima. Disponível em <<http://www.rr.gov.br>. Acesso em 09/03/2008.

GOVERNO Federal. Disponível em <<http://www.presidencia.gov.br>. Acesso 05/03/2009.

GOVERNO Federal [http://www.comprasnet.gov.br/ajuda/Cartilha\\_MPE's\\_setembro2008.pdf](http://www.comprasnet.gov.br/ajuda/Cartilha_MPE's_setembro2008.pdf). Acesso 03/03/2009.

GOVERNO Federal. O que você pode fazer para comprar mais das Micro e Pequenas Empresas (MPE's). [ttp://www.comprasnet.gov.br/ajuda/Cartilha\\_MPE's\\_setembro2008.pdf](http://www.comprasnet.gov.br/ajuda/Cartilha_MPE's_setembro2008.pdf). Acesso em 26/03/2009.

GUIMARÃES, Eduardo Augusto. Política de compras do estado: a experiência internacional. *Nova Economia*. Belo Horizonte, v. 5, n.1, p. 147-174, ago. 1995.

HIRSCHMAN, Albert. Transmissão inter-regional e internacional do crescimento econômico. In: SCHWARTZMAN, Jacques (Org.). *Economia regional*. Belo Horizonte, Cedeplar, 1977. p.35-52.

HONESKO, Astrid. 2001. Empreendedorismo em bibliotecas universitárias: um estudo do cenário paranaense. In: SEMINARIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 12, 2002, Recife, *Anais*. Recife: [S.n.], 2002. CD-ROM.

KANBUR, S. M. A note on risk taking, entrepreneurship, and Schumpeter. *History of Political Economy*, 12(4): 489-98, 1980.

KEYNES, John Maynard. *The general theory of employment, interest and money*. London: Macmillan, 1936.

KNIGHT, Frank Hyneman. **Risk, uncertainty and profit**. Reprint of Economic Classics. Augustus M. Kelley, New York: Bookseller, 1964.

LANDES, David. *Prometeu Desacorrentado*. Trad. port. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

LEI Geral. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>; último>. Acesso em: 03/03/2009.

LEI Geral. Disponível em: <[www.leigeral.com.br](http://www.leigeral.com.br)>. Acesso em: 26/03/2009.

LEMOS, Antonio Humberto Medeiros. Subprograma estruturante do PBQP tecnologia de gestão do uso do poder de compra. *Revista PGQP*, 2000.

MARINO, V. M. C. Incentivos governamentais não fiscais: estratégia para fomentar a inovação tecnológica. *Cadernos de Tecnologia*. Rio de Janeiro: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN, 2002. v.2. Disponível em: <<http://www.waldimir.longo.nom.br/artigos/101.doc>>. Acesso em: 01/10/2008.

MANFRINI, Sandra. Lei geral: pequena empresa pode ter preferência nas compras governamentais. *Agência Sebrae de Notícias, Política e Legislação*. fev. 2006. Disponível em: <[http://www.ceara.gov.br/noticias/noticias\\_detalhes.asp?nCodigoNoticia=2898](http://www.ceara.gov.br/noticias/noticias_detalhes.asp?nCodigoNoticia=2898)>. Acesso em: 03/03/2009.

MARCHIORI, P. Z. Que profissional queremos formar para o século XXI - Graduação. *Informação & Informação*. Londrina: v.1, n.1, p. 27 - 34, 1996.

MARX, Karl. *Los Fundamentos de la Critica de la Economia a Política (Grundrisse)*. Vol. 2, trad. esp. Madrid: Comunicación, 1972.

MARX, Karl. *O Capital* (Livro I). Trad. port. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

MARX, Karl. *O Capital* (Livro III). Trad. port. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974.

MEIRELLES, Hely Lopes. *Direito administrativo brasileiro*. 26. ed. São Paulo: Malheiros, 2001.

MOREIRA, Heloísa Camargos. MORAIS, José Mauro. Compras governamentais: políticas e procedimentos na Organização Mundial de Comércio, União Européia, Nafta, Estados Unidos e

Brasil. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. *Texto para Discussão n. 930*. Brasília, dez. 2002. Disponível em [www.ipea.gov.br/pub/td/2002/td\\_0930.pdf](http://www.ipea.gov.br/pub/td/2002/td_0930.pdf). Acesso em: 03/05/2009.

MULLER, Jerry. *Adam Smith in his time and ours*. Princeton: Princeton U. P., 1995.

NELSON, R. Capitalism as an engine of economic growth. *Research Policy*, 19(1), 1990.

Olamp. [http://www.olamp.org/p\\_historia.html](http://www.olamp.org/p_historia.html). Último acesso em 03 de março de 2009.

PAVITT, K. Technologies, products and organization in the innovating firms: what Adam Smith tell us and Joseph Schumpeter doesn't. *Industrial and Corporate Change*, 7(3): 433-452, 1998.

PAULA, João Antônio de. Teoria econômica, empresários e metamorfoses na empresa industrial / por João Antônio de Paula, Hugo E. A. da Gama Cerqueira, Eduardo da Motta e Albuquerque – Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2000.

PENROSE, E. *The theory of the growth of the firm*. 3ª ed. Oxford: Oxford University, 1995.

PESCIARELLI, Enzo. Smith, Bentham, and entrepreneurship. *History of Political Economy*, 21(3): 521-36, Fall 1989.

Proinvest. <http://www.proinvest-eu.org/page.asp?id=378&langue=EN>. Último acesso em 03 de março de 2009.

ROSENBERG, N. Why do firms do basic research (with their money)? *Research Policy*, 19: 165-174, 1990.

SAY, Jean-Baptiste. *Tratado de Economia Política*. Trad. port. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SBA. [http://www.sba.gov/aboutsba/budgetsplans/BUDGET\\_REQ\\_PERF\\_PLAN.html](http://www.sba.gov/aboutsba/budgetsplans/BUDGET_REQ_PERF_PLAN.html). Último acesso em 03 de março de 2009.

SCHUMPETER, Joseph. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Trad. port. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

SCHUMPETER, Joseph A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982

\_\_\_\_\_. *History of Economic Analysis*, edited by E. Boody. Edited From the MS by E. B. Schumpeter, 1954.

\_\_\_\_\_. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Trad. port. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SECRETARIA de Estado de Planejamento e Desenvolvimento de Roraima. Disponível em: <[http://www.planejamento.gov.br/arquivos\\_down/pnage/Estados/Roraima.pdf](http://www.planejamento.gov.br/arquivos_down/pnage/Estados/Roraima.pdf). Acesso em: 28/02/2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 08/03/2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *Políticas Públicas: às micro e pequenas empresas e as compras governamentais*. São Paulo, 2005. (Temas em debate, 1). Disponível em: [http://www.sebraesp.com.br/topo/pol%C3%ADticas20p%C3%BAblicas/arquivos\\_politicas\\_p%C3%BAblicas/compras\\_governamentais.pdf](http://www.sebraesp.com.br/topo/pol%C3%ADticas20p%C3%BAblicas/arquivos_politicas_p%C3%BAblicas/compras_governamentais.pdf)>. Acesso em: 13/02/2009.

SESEP. <http://www.sesep.gov.br/textos/relmicrosseg1.pdf>, último acesso em 03 de fevereiro de 2009

Observatório das MPEs [www.sebraesp.com.br](http://www.sebraesp.com.br), Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil /Marco Aurélio Bedê, (coordenador). Último acesso em 03 de fevereiro de 2009.

SILVA, Z. A. *Educação continuada - caminho da cidadania*. Disponível em: <<http://www.bauru.unesp.br/fc/boletim/educon/educonci.htm>>. Acesso em: 25/04/2000.

SIMPLES Nacional. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/avisos/ComiteEditaQuatroNovasResolucoes.doc>>. Acesso em: 12/02/2009.

SMALL BUSINESS ADMINISTRATION (SBA). Disponível em: <http://www.sba.gov/> Acesso em 12/03/2009.

SMITH, Adam. *The Theory of Moral Sentiments*. Indianapolis: Liberty Fund, 1982.

\_\_\_\_\_. *A Riqueza das Nações*, vol 1. sl: Editora Nova Cultural, 1988.

SOMBART, Werner. *El Apogeo del Capitalismo*. Vol. I, 2ª edição, trad. esp., México: FCE, 1984.

\_\_\_\_\_. *El Burgues*. Trad. esp., Buenos Aires: Oresme, 1953.

SZPOGANICZ, Rubens. *Poder de Compra Estatal Requisitos e Estratégias para o desenvolvimento e Qualificação de Fornecedores de Pequeno Porte*. Dissertação de Mestrado em Engenharia da Produção, apresentado na Universidade Federal de Santa Catarina. 2003.

TEORIA COMPORTAMENTAL DA ADMINISTRAÇÃO, Disponível no site <http://nutep.adm.ufrgs.br/adp/tcomportamental.html> e <http://www.htmlstaff.org/xkurt/projetos/portaldoadmin/modules/news/article.php?storyid=1002>, Acesso em 15 de novembro de 2008.

THE PUBLIC FORUM INSTITUTE. National Dialog on Entrepreneurship provides a wide range of information on entrepreneurship, including news and research. Disponível em: <http://www.publicforuminstitute.org/nde/global/index.htm>. Acesso em 13/12/2008.

THE WEB site includes the Commission's 2004 Report. *Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor*. Disponível em: <http://www.undp.org/cpsd/indexF.html>. Acesso em 12/12/2008.

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. Rio de Janeiro: Record, 1980.

VEBLER, Thorstein. *A Teoria da Classe Ociosa*. Trad. port. São Paulo: Pioneira, 1965.

\_\_\_\_\_. *A Teoria da Empresa Industrial*. Trad. port. Porto Alegre: Globo, 1967.

VERAS, Cláudio. O desenvolvimento local e as compras governamentais. In: *SEMANA DE CAPACITAÇÃO EM POLITICAS PÚBLICAS* – agosto de 2006. Brasília: 2006.

VÉRIN, H. *Entrepreneurs, entreprises, histoire d'une idée*. Paris: Presses Universitaires de France, 1982.

WORLD BANK'S. *The Doing Business Project provides objective measures of business regulations and their enforcement across 178 countries and selected cities at the subnational and regional level*. Disponível em: <http://www.doingbusiness.org/Downloads/>. Acesso em 12/12/2008.

Wikipedia Enciclopédia. [http://wikipedia.org/wiki/empresa#categorias\\_de\\_empresas#categorias\\_de\\_empresas](http://wikipedia.org/wiki/empresa#categorias_de_empresas#categorias_de_empresas). Acesso em 30/01/2009.

ZANIN, Luís Maurício, BARRETO, Cláudio Pereira. *Cartilha do pregoeiro: as compras públicas alavancando as micro e pequenas empresas*. Brasília DF: CNM, SEBRAE, 2006.

**APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA - COMPRAS GOVERNAMENTAIS  
NO ESTADO DE RORAIMA**

**COMPRAS GOVERNAMENTAIS  
BLOCO 1 - CARACTERIZAÇÃO DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS**

**1 – Município de Boa Vista, Estado de Roraima.**

**1.2 – Tempo de vida das empresas:**

- Menos de 1 ano;
- Mais de 1 até 2 anos;
- Mais de 2 até 3 anos;
- Mais de 3 até 5 anos;
- Mais de 5 até 7 anos;
- Mais de 7 até 10 anos;
- Mais de 11 até 15 anos;
- Mais de 15 até 20 anos;
- Mais de 20 anos;
- NS/NR

**1.3 – Contando com o(a) Sr.(a), quantas pessoas trabalham na empresa?**

Apenas 1;

- Mais de 1 até 5;
- Mais de 5 até 10;
- Mais de 10 até 15;
- Mais de 15 até 25;
- Mais de 25 até 50;
- Mais de 50 até 75;
- Mais de 75 até 100;
- Mais de 100 até 150;
- Mais de 150 até 200;
- Acima de 200;
- NS/NR

**1.4 – Em qual setor sua empresa trabalha? (estimulada)**

- Serviços;
- Indústria **(1.6)**;
- Comércio **(1.7)**;
- Agronegócio **(1.8)**;
- Outros **(1.8)**;
- NS/NR **(1.8)**

**1.5 – Que tipo de serviço a empresa do(a) Sr.(a) fornece?**

**(1.9)** \_\_\_\_\_

**1.6 – Que tipo de produto a empresa do(a) Sr.(a) produz?**

(1.9) \_\_\_\_\_

**1.7 – Que tipo de produto a empresa do(a) Sr.(a) comercializa?**

(1.9) \_\_\_\_\_

**1.8 – Que tipo de produto a empresa do(a) Sr.(a) comercializa/produz?**

\_\_\_\_\_

**1.9 – Função do respondente dentro da empresa:**

- Proprietário;
- Diretor;
- Administrador;
- NS/NR

**1.10 – Escolaridade do respondente:**

- Analfabeto;
- Ensino fundamental incompleto;
- Ensino fundamental completo;
- Ensino médio incompleto;
- Ensino médio completo;
- Ensino superior incompleto;
- Ensino superior completo;
- NS/NR

<b>BLOCO 2 – Relação com o Governo</b>
--

**2.1 – A empresa do(a) Sr.(a) vendeu ou prestou serviço diretamente para algum órgão do Governo Estadual nos últimos 2 anos?**

- Sim;
- Não (3.1);
- NS/NR (3.1)

**2.2 – Qual o grau de dificuldade que a empresa do(a) Sr.(a) encontrou ao realizar a venda para o Governo? (estimular)**

- Difícil;
- Relativo;
- Fácil;
- NS/NR

**2.A – Por quê?** \_\_\_\_\_

**2.3 – A empresa do(a) Sr.(a) conseguiu cumprir o prazo de entrega?**

- Sim;
- Não;
- NS/NR



**2.B – Hoje em dia, caso fosse vender para o Governo, a empresa conseguiria cumprir o prazo? Se não, por quê?**

- ( ) Sim;  
 ( ) Não \_\_\_\_\_;  
 ( ) NS/NR

**2.4 – O prazo de pagamento foi cumprido pelo Governo?**

- ( ) Sim;  
 ( ) Não;  
 ( ) NS/NR

**2.C – Caso fosse vender para o Governo, o(a) Sr.(a) esperaria que o pagamento atrasa-se? Por quê?**

- ( ) Sim;  
 ( ) Não; \_\_\_\_\_;  
 ( ) NS/NR

**2.5 – O valor pago pelo produto corresponde ao preço de mercado?**

- ( ) Sim (2.7);  
 ( ) Não;  
 ( ) NS/NR (2.7)

**2.6 – Por quê? (estimular)**

- ( ) Maior;  
 ( ) Menor;  
 ( ) NS/NR

**2.7 – Como o(a) Sr.(a) avaliou o processo de venda de uma forma geral? (estimular)**

- ( ) Ótimo;  
 ( ) Bom;  
 ( ) Regular;  
 ( ) Ruim;  
 ( ) Péssimo;  
 ( ) NS/NR

**2.D – Por quê? \_\_\_\_\_**

**2.E – Quais foram os maiores problemas encontrados para realizar a venda para o Governo Estadual?**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**2.8 – Para o(a) Sr.(a), levando-se em conta a quantidade de produtos/serviços fornecidos, é melhor vender para o Governo Estadual ou para o mercado em geral?**

- ( ) Governo Estadual;  
 ( ) Mercado;

( ) NS/NR

**2.9 – Foi a primeira vez que o(a) Sr.(a) vendeu para o Governo Estadual? Se não, quantas vezes a empresa do(a) Sr.(a) já vendeu?**

- ( ) Primeira vez (2.11);  
 ( ) 2 vezes;  
 ( ) 3 vezes;  
 ( ) 4 a 5 vezes;  
 ( ) 6 a 10 vezes;  
 ( ) Mais de 10 vezes;  
 ( ) NS/NR

**2.10 – O(A) Sr.(a) sentiu alguma diferença em relação às vezes anteriores? Ficou melhor ou pior?**

- ( ) Melhor;  
 ( ) Pior;  
 ( ) Igual;  
 ( ) NS/NR

**2.F – Por quê?** \_\_\_\_\_

**2.11 – Pensando no faturamento anual da empresa, o valor pago pelo Governo equivale a quantos porcentos do total?**

- ( ) Até 5%;  
 ( ) Mais de 5% até 10%;  
 ( ) Mais de 10% até 20%;  
 ( ) Mais de 20% até 30%;  
 ( ) Mais de 30% até 40%;  
 ( ) Mais de 40% até 50%;  
 ( ) Mais de 50% até 60%;  
 ( ) Mais de 60%;  
 ( ) NS/NR

**2.12 – O(A) Sr.(a) gostaria de vender novamente para o Governo Estadual?**

- ( ) Sim(2.13);  
 ( ) Não (2.G);  
 ( ) NS/NR (2.G)

**2.G – Por quê?**

(4.1) \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**2.13 – A empresa do(a) Sr.(a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual?**

- ( ) Sim (4.1);  
 ( ) Não;  
 ( ) NS/NR(4.1)

**2.E – O que falta para empresa do(a) Sr.(a) tornar-se apta para vender ao Governo Estadual?**

**(4.1)** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

<b>BLOCO 3 - Não compradores</b>
----------------------------------

**3.1 – A empresa do (a) Sr.(a) tentou vender ou prestar serviços para algum órgão do Governo Estadual nos últimos 2 anos?**

- Sim;  
 Não (3.3);  
 NS/NR (3.3)

**3.2 – Por que a empresa do (a) Sr.(a) não vendeu para o Governo?**

- Não quis;  
 O Governo é mau pagador;  
 A empresa não atendia aos requisitos necessários;  
 Desconhecimento;  
 Dificuldades no processo;  
 Perdeu a licitação;  
 Concorrência desleal;  
 NS/NR

Outros: \_\_\_\_\_

**3.3 – A empresa do(a) Sr.(a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual?**

- Sim;  
 Não;  
 NS/NR

<b>BLOCO 4 - Imagem do Governo</b>
------------------------------------

**4.1 -Vou fazer algumas afirmações e o(a) Sr.(a) me dirá se concorda ou discorda: O Governo paga em dia.**

- Concorda;  
 Discorda;  
 NS/NR

**4.2 – É difícil vender para o Governo?**

- Concorda;  
 Discorda;  
 NS/NR

**4.3 – O Governo dá prioridade para as micro e pequenas empresas?**

- Concorda;  
 Discorda;  
 NS/NR.

**4.4 – Com relação ao novo sistema de compras governamentais, previsto na Lei 123/06, Novo Estatuto das Micro e Pequenas Empresas do Brasil, que prevê um tratamento diferenciado para as MPE's, nas compras até R\$ 80.000,00, como o(a) Sr.(a) avalia o Governo Estadual? (estimular)**

- Ótimo;
- Bom;
- Regular;
- Ruim;
- Péssimo;
- NS/NR.

**4.A – Por quê?**

---

**4.5 – O(A) Sr.(a) sabe que o Governo Estadual está promovendo ações que facilitem às MPE's a vender para seus órgãos?**

- Sim;
- Não;
- NS/NR.

**4.6 – Sabendo que o Governo Estadual esta desenvolvendo essas ações, como o(a) Sr.(a) avalia essa iniciativa?**

- Ótimo;
- Bom;
- Regular;
- Ruim;
- Péssimo;
- NS/NR.

**4.B – Para o(a) Sr.(a) o que o Governo Estadual poderia fazer para facilitar a participação das MPE's nos processos de compras?**

<b>Bloco – 5 – A Participação da empresa na comunidade onde está inserida</b>
---

**5.1 – O(A) Sr.(a) participa de entidades empresariais:**

- Associação Comercial;
- Sindicato de Empresas;
- (...) Associação de Lojistas;
- Conselho e Ordem
- Federação da Indústria
- Federação do Comércio
- Federação das Micro e Pequenas Empresas
- Federação das Associações Comerciais e Empresariais;
- Outras Entidades.
- NS/NR

**5.2 - O(A) Sr.(a) participa de Conselhos Estadual, Municipais e Fóruns de Desenvolvimento regionais:**

- Fórum Estadual;
- Fórum Municipal;
- Fórum de Desenvolvimento Regional;
- NS/NR

**5.3 – O(A) Sr.(a) colabora com a melhoria dos serviços públicos de sua região, tais como:**

- doação para escolas;
- doação para entidades filantrópicas;
- Reforma de praças e ruas;
- Doação para Hospitais;
- Outras colaborações;
- NS/NR

**5.4 – Quanto a eleições o(A) Sr.(a) procura conhecer as idéias dos candidatos, estimulando os debates e apresentando sugestões para os mesmos?**

- Sim
- Não
- NS/NR

**5.5. O(A) Sr.(a) acompanha as ações do Governo:**

- Federal:**
  - Sempre
  - Muitas vezes
  - Poucas vezes
  - Nunca
  - NS/NR
- Estadual:**
  - Sempre
  - Muitas vezes
  - Poucas vezes
  - Nunca
  - NS/NR
- Municipal:**
  - Sempre
  - Muitas vezes
  - Poucas vezes
  - Nunca
  - NS/NR

**APÊNDICE B –RESULTADOS DA PESQUISA - COMPRAS GOVERNAMENTAIS NO ESTADO DE RORAIMA**

**COMPRAS GOVERNAMENTAIS  
BLOCO 1 - CARACTERIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

**1.2 – Tempo de vida das empresas:**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
55		100,0
3	Menos de 1 ano	5,5
11	Mais de 1 até 2 anos	20,0
5	Mais de 2 até 3 anos	9,1
6	Mais de 3 até 5 anos	10,9
6	Mais de 5 até 7 anos	10,9
8	Mais de 7 até 10 anos	14,5
7	Mais de 11 até 15 anos	12,7
4	Mais de 15 até 20 anos	7,3
5	Mais de 20 anos	9,1
0	NS/NR	0

**1.3 – Contando com o(a) Sr.(a), quantas pessoas trabalham na empresa?**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
55		100,0
0	Apenas 1	0,0
26	Mais de 1 até 5	47,3
11	Mais de 5 até 10	20,0
3	Mais de 10 até 15	5,5
8	Mais de 15 até 25	14,5
3	Mais de 25 até 50	5,5
2	Mais de 50 até 75	3,6
0	Mais de 75 até 100	0,0
2	Mais de 100 até 150	3,6
0	Mais de 150 até 200	0,0
0	Acima de 200	0,0
0	NS/NR	0,0

**1.4 – Em qual setor sua empresa trabalha? (estimulada)**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
69		100,0
18	Serviços	26,1
3	Indústria	4,3
44	Comércio	63,8
3	Agronegócio	4,3
0	Outros	0,0
1	NS/NR	1,4

**1.5 – Que tipo de serviço a empresa do(a) Sr.(a) fornece? (1.9)**

Acesso a internet.  
Confecção e Instalação de Baner.  
Condicionamento físico  
Confecção e instalação de banners  
Cursos de capacitação  
Cursos de informática  
Gás liquefeito de petróleo  
Informática  
Manutenção de celular  
Materiais de construção  
Materiais elétricos  
Materiais gráficos  
Salão de beleza  
Segurança eletrônica rastreamento de veículos

**1.6 – Que tipo de produto a empresa do(a) Sr.(a) produz?**

Artefatos de cimento  
Vendas de brinquedos  
Medicamento

**1.7 – Que tipo de produto a empresa do(a) Sr.(a) comercializa? 1.9**

Alimentos  
Armarinho em geral  
Artigos para presentes e decoração  
Bicicletas  
Brinquedos  
Calçados  
Comércio em Geral  
Comércio de frios  
Comércio varejista  
Confecção em geral  
Equipamentos eletrônicos para informática e assistência técnica  
Especializada de tecidos e artigos de cama e mesa

Gás, água mineral

Gás, solda, eletrodos, tintas

Iluminação material elétrico em geral

Materiais de construção

Materiais elétricos

Materiais gráficos e suprimentos de informática

Material de construção

Material de saúde

Medicamentos

Moto peças

Móveis e portais

Panificadora e produtos em geral

Peças em mármore e pré-moldados

Peças para motos e bicicletas

Produtos agrícolas, sementes e insumos

Produtos agropecuários

Produtos de informática

Produtos de informática

Produtos e frios

Produtos para panificação e pizzeria

Produtos veterinários

Sementes e insumos

Suprimento de informática, móveis para escritório e outros equipamentos

Turismo

Venda de Veículos



Vendas de equipamentos elétricos em geral

### 1.8 – Que tipo de produto a empresa do(a) Sr.(a) comercializa/produz?

Placas para de identificação de estabelecimentos comerciais e empresariais, comunicação visual e outros

Insumos agrícolas

Medicamentos veterinários, rações, sal mineral, sementes de pasto

### 1.9 – Função do respondente dentro da empresa:

Total	Quesito	%
55	Total	100,0
36	Proprietário	65,5
2	Diretor	3,6
14	Administrador	25,5
3	NS/NR	5,5

### 1.10 – Escolaridade do respondente:

Total	Quesito	%
55	Total	100,0
0	Analfabeto	0,0
0	Ensino fundamental incompleto	0,0
0	Ensino fundamental completo	0,0
4	Ensino médio incompleto	7,3
30	Ensino médio completo	54,5
13	Ensino superior incompleto	23,6
6	Ensino superior completo	10,9
2	NS/NR	3,6

## BLOCO 2 – Relação com o Governo

### 2.1 – A empresa do(a) Sr.(a) vendeu ou prestou serviço diretamente para algum órgão do Governo Estadual nos últimos 2 anos?

Total	Quesito	%
55	Total	100,0
9	Sim;	16,4
45	Não	81,8
1	NS/NR	1,8

**2.2 – Qual o grau de dificuldade que a empresa do(a) Sr.(a) encontrou ao realizar a venda para o Governo? (estimular)**

Total	Quesito	%
55		100,0
3	Difícil;	5,5
4	Relativo;	7,3
1	Fácil;	1,8
47	NS/NR	85,5

**2.3 – A empresa do(a) Sr.(a) conseguiu cumprir o prazo de entrega?**

Total	Quesito	%
55		100,0
9	Sim;	16,4
1	Não;	1,8
45	NS/NR	81,8

**2.A – Por quê?**

Não teve dificuldades para participar nas concorrências

Teve problemas na hora de receber

Não dão prioridade para as MPE'S locais

Já perdeu licitações para às grandes empresas

**2.B – Hoje em dia, caso fosse vender para o Governo, a empresa conseguiria cumprir o prazo? Se não, por quê?**

Total	Quesito	%
55		100,0
8	Sim;	14,5
0	Não	0,0
47	NS/NR	85,5

**2.4 – O prazo de pagamento foi cumprido pelo Governo?**

Total	Quesito	%
55		100,0
1	Sim	1,8
8	Não	14,5
46	NS/NR	83,6

**2.C – Caso fosse vender para o Governo, o(a) Sr.(a) esperaria que o pagamento atrasa-se? Por quê?**

Total	Quesito	%
55		100,0
6	Sim;	10,9
4	Não;	7,3
45	NS/NR	81,8

### 2.5 – O valor pago pelo produto corresponde ao preço de mercado?

Total	Quesito	%
55		100,0
8	Sim	14,5
1	Não;	1,8
46	NS/NR	83,6

### 2.6 – Por quê? (estimular)

Total	Quesito	%
55		100,0
0	Maior;	0,0
2	Menor;	3,6
53	NS/NR	96,4

### 2.7 – Como o(a) Sr.(a) avaliou o processo de venda de uma forma geral? (estimular)

Total	Quesito	%
55		100,0
4	Ótimo;	7,3
5	Bom;	9,1
1	Regular;	1,8
1	Ruim;	1,8
0	Péssimo;	0,0
44	NS/NR	80,0

#### 2. D – Por quê?

As oportunidades aqui são difíceis, as compras são feitas na maioria fora do Estado.

A procura tende a melhorar

Bem complicado e difícil

Foi bom

Foi mais uma venda importante para o crescimento da empresa

Na maioria das vezes não teve problemas

Não teve problemas

O problema é o atraso no pagamento

Para sua empresa

#### 2. E – Quais foram os maiores problemas encontrados para realizar a venda para o Governo Estadual?

A dificuldade de entrega por causa da distancia

A localização do setor

Falta de oportunidades

Não teve problemas

Para receber em dia

Questões de pagamento e cumprimento de prazos

Só o prazo que e mais demorado

**2.8 – Para o(a) Sr.(a), levando-se em conta a quantidade de produtos/serviços fornecidos, é melhor vender para o Governo Estadual ou para o mercado em geral?**

Total	Quesito	%
57		100,0
5	Governo Estadual;	8,8
5	Mercado;	8,8
47	NS/NR	82,5

**2.9 – Foi a primeira vez que o(a) Sr.(a) vendeu para o Governo Estadual? Se não, quantas vezes a empresa do(a) Sr.(a) já vendeu?**

Total	Quesito	%
55		100,0
1	Primeira vez	1,8
2	2 vezes	3,6
0	3 vezes	0,0
1	4 a 5 vezes	1,8
2	6 a 10 vezes	3,6
3	Mais de 10 vezes	5,5
46	NS/NR	83,6

**2.10 – O(A) Sr.(a) sentiu alguma diferença em relação às vezes anteriores? Ficou melhor ou pior?**

Total	Quesito	%
55		100,0
3	Melhor;	5,5
0	Pior;	0,0
4	Igual;	7,3
48	NS/NR	87,3

**2.F – Por quê?**

As negociações ficaram melhores por ter mais afinidades

Depende do órgão público

Depois da informatização ficou melhor

Não houve mudanças, o governo paga bem, a prefeitura que atrasa

O prazo para pagamento melhorou

**2.11 – Pensando no faturamento anual da empresa, o valor pago pelo Governo equivale a quantos porcentos do total?**

Total	Quesito	%
55		100,0
2	Até 5%;	3,6
2	Mais de 5% até 10%;	3,6
1	Mais de 10% até 20%;	1,8
0	Mais de 20% até 30%;	0,0
1	Mais de 30% até 40%;	1,8

0	Mais de 40% até 50%;	0,0
0	Mais de 50% até 60%;	0,0
0	Mais de 60%;	0,0
49	NS/NR	89,1

**2.12 – O(A) Sr.(a) gostaria de vender novamente para o Governo Estadual?**

Total	Quesito	%
55		100,0
9	Sim	16,4
0	Não	0,0
46	NS/NR	83,6

**2.G – Por quê? (4.1)**

Seriedade no pagamento

Uma venda a mais um complemento

**2.13 – A empresa do(a) Sr.(a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual?**

Total	Quesito	%
55		100,0
8	Sim	14,5
1	Não;	1,8
46	NS/NR	83,6

**2.E – O que falta para empresa do(a) Sr.(a) tornar-se apta para vender ao Governo Estadual? (4.1)**

Inadimplência junto a Receita Federal.

Tem vontade de vender já que o mercado em Boa Vista venda não é suficiente para esse ramo.

**BLOCO 3 - Não compradores**

**3.1 – A empresa do (a) Sr.(a) tentou vender ou prestar serviços para algum órgão do Governo Estadual nos últimos 2 anos?**

Total	Quesito	%
55		100,0
7	Sim;	12,7
39	Não	70,9
9	NS/NR	16,4

### 3.2 – Por que a empresa do (a) Sr.(a) não vendeu para o Governo?

Total	Quesito	%
55		100,0
1	Não quis;	1,8
1	O Governo é mau pagador;	1,8
1	A empresa não atendia aos requisitos necessários;	1,8
1	Desconhecimento;	1,8
3	Dificuldades no processo;	5,5
1	Perdeu a licitação;	1,8
2	Concorrência desleal;	3,6
45	NS/NR	81,8
0	Outros:	0,0

### 3.3 – A empresa do(a) Sr.(a) está apta a vender hoje para o Governo Estadual?

Total	Quesito	%
55		100,0
35	Sim;	63,6
5	Não;	9,1
15	NS/NR	27,3

## BLOCO 4 - Imagem do Governo

### 4.1 - Vou fazer algumas afirmações e o(a) Sr.(a) me dirá se concorda ou discorda:

#### O Governo paga em dia?

Total	Quesito	%
55		100,0
13	Concorda;	23,6
27	Discorda;	49,1
15	NS/NR	27,3

### 4.2 – É difícil vender para o Governo.

Total	Quesito	%
55		100,0
22	Concorda;	40,0
24	Discorda;	43,6
9	NS/NR	16,4

#### 4.3 – O Governo dá prioridade para as micros e pequenas empresas.

Total	Quesito	%
55		100,0
11	Concorda;	20,0
37	Discorda;	67,3
7	NS/NR	12,7

#### 4.4 – Com relação ao novo sistema de compras governamentais, previsto na Lei 123/06, Novo Estatuto da Micro e Pequenas Empresas do Brasil, que prevê um tratamento diferenciado para as MPE's, nas compras até R\$ 80.000,00, como o(a) Sr.(a) avalia o Governo Estadual? (estimular)

Total	Quesito	%
55		100,0
10	Ótimo;	18,2
13	Bom;	23,6
9	Regular;	16,4
4	Ruim;	7,3
3	Péssimo;	5,5
16	NS/NR	29,1

#### 4.A – Por quê?

As empresas locais, apenas em seu benefício  
 Ainda não conhece o tratamento diferenciado  
 Ajudou às MPE's  
 As notícias são muito boas  
 Conhece pouco da lei  
 Dar oportunidade  
 É bom incentivar às MPE's para que elas cresçam  
 É vantajoso comprar no estado  
 É visível, mas a situação não incentiva para baratear os preços e as pessoas não compram porque estão desempregadas,  
 Falam muito e pouco fazem  
 Fica mais caro os produtos  
 Na teoria as fala de tantos incentivos, mas na prática não funciona  
 Não conhece o novo sistema  
 Não da preferência nenhuma e nenhum tipo de prioridade  
 Não existe oportunidade para empresas locais  
 Não se vê incentivo por parte do governo para participação das MPE's nas licitações.  
 Não tem conhecimento  
 Não teve diferença até agora  
 Não viu resultado pelo aumento dos valores das compras  
 Nunca consegui vender.  
 Nunca tentou participar do processo  
 O governo abriu crédito para às MPE's  
 O governo não cumpre

Para a melhoria do nosso comercio  
 Pelo histórico por aquilo que já ouviu falar  
 Por dar um maior apoio para fazer as MPE's crescer  
 Porque é bom que ajude as MPE's  
 Porque esta acompanhado  
 Porque está começando abrir portas  
 Porque paga em dias  
 Se efetivar  
 Talvez dar mais prioridade  
 Tem algumas coisas que indiretamente somos beneficiados  
 Tem conhecimento através da mídia dos incentivos para as MPE's  
 Vai melhorar as vendas  
 Vem nos beneficiando cada dia mais  
 Vem nos dando muitas oportunidades no mercado

**4.5 – O(A) Sr.(a) sabe que o Governo Estadual está promovendo ações que facilitem às MPE's a vender para seus órgãos?**

Total	Quesito	%
55		100,0
17	Sim;	30,9
33	Não;	60,0
5	NS/NR	9,1

**4.6 – Sabendo que o Governo Estadual esta desenvolvendo essas ações, como o(a) Sr.(a) avalia essa iniciativa?**

Total	Quesito	%
55		100,0
28	Ótimo;	50,9
20	Bom;	36,4
5	Regular;	9,1
1	Ruim;	1,8
0	Péssimo;	0,0
1	NS/NR	1,8

**4.B – Para o(a) Sr.(a) o que o Governo Estadual poderia fazer para facilitar a participação das MPE's nos processos de compras?**

Acabar com o apadrinhamento de empresas de conhecidos.  
 Acha que quando o governo fosse comprar deveria fazer circular convites às MPE's  
 Acha concorrência desleal com as grandes empresas, e que está acontecendo é grandes Estão abrindo pequenas para ganhar as licitações.  
 Acha fácil vender para o governo  
 Dar mais oportunidade



Desburocratizar os processos  
 Divulgar mais sobre as licitações  
 Mais credito e licitação  
 Não sabe o que poderia ser feito para aumentar a participação das MPE's nos processos de compras.  
 Priorizar as empresas do estado, e capacitar as pessoas para melhor instruir as pessoas que querem vender para o governo.  
 Que no edital tivesse critérios que determinassem que apenas as MPE's participassem de certas licitações.  
 Se já tá fazendo algo para melhorar. Fazer com que os empresários tenham ciência.  
 Ter um órgão que listasse as MPE's de acordo com seus produtos e serviços para serem Convocados a participar do processo de compra  
 Teria que ser uma forma diferenciada tipo carta convite

## **Bloco 5. A participação da empresa na comunidade onde está inserida**

### **5.1 – O(A) Sr.(a) participa de entidades empresariais:**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
98		100,0
15	Associação Comercial;	15,3
12	Sindicato de Empresas;	12,2
3	Associação de Lojistas;	3,1
5	Conselho e Ordem	5,1
5	Federação da Indústria	5,1
15	Federação do Comércio	15,3
6	Federação das Micro e Pequenas Empresas	6,1
7	Federação das Associações Comerciais e Empresariais;	7,1
7	Outras Entidades.	7,1
23	NS/NR	23,5

### **5.2 - O(A) Sr.(a) participa de Conselhos Estadual, Municipais e Fóruns de Desenvolvimento regionais:**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
57		100,0
4	Fórum Estadual;	7,0
6	Fórum Municipal;	10,5
2	Fórum de Desenvolvimento Regional;	3,5
45	( ) NS/NR	78,9

**5.3 – O(A) Sr.(a) colabora com a melhoria dos serviços públicos de sua região, tais como:**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
79		100,0
12	Doação para escolas;	15,2
9	Doação para entidades filantrópicas;	11,4
4	Reforma de praças e ruas;	5,1
7	Doação para Hospitais;	8,9
25	Outras colaborações;	31,6
22	NS/NR	27,8

**5.4 – Quanto a eleições o(A) Sr.(a) procura conhecer as idéias dos candidatos, estimulando os debates e apresentando sugestões para os mesmos?**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
55		100,0
40	Sim	72,7
13	Não	23,6
2	NS/NR	3,6

**5.5. O(A) Sr.(a) acompanha as ações do Governo:**

<b>Total</b>	<b>Quesito</b>	<b>%</b>
55		100,0
	<b>Federal</b>	
19	Sempre	34,5
8	Muitas vezes	14,5
24	Poucas vezes	43,6
2	Nunca	3,6
2	NS/NR	3,6
Total	Quesito	%
55	<b>Estadual</b>	100,0
22	Sempre	40,0
6	Muitas vezes	10,9
24	Poucas vezes	43,6
1	Nunca	1,8
2	NS/NR	3,6
Total	Quesito	%
55	<b>Municipal:</b>	100,0
22	Sempre	40,0
5	Muitas vezes	9,1
24	Poucas vezes	43,6
2	Nunca	3,6
2	NS/NR	3,6