

JESSICA MARIA ARAÚJO MONTEIRO

PERFIL DO MICRO E PEQUENO EMPRESÁRIO CARUARUENSE: UMA
ANÁLISE COM BASE EM SUAS PREFERÊNCIAS DE RISCO E DE SEU MODELO DE
GESTÃO

MARÇO / 2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO – UFPE

CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE - CAA

CURSO: CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PERFIL DO MICRO E PEQUENO EMPRESÁRIO CARUARUENSE: UMA
ANÁLISE COM BASE EM SUAS PREFERÊNCIAS DE RISCO E DE SEU MODELO DE
GESTÃO

Trabalho apresentado como requisito
indispensável para graduação no curso de
Ciências Econômicas.

JESSICA MARIA ARAÚJO MONTEIRO

DIOGO DE CARVALHO BEZERRA

MARÇO/2014

Catálogo na fonte:

S586d	Monteiro, Jessica Maria Araújo. Perfil do micro e pequeno empresário caruaruense: uma análise com base em suas preferências de risco e de seu modelo de gestão. / Jessica Maria Araújo Monteiro. – Caruaru: O autor, 2014. 56f. il. ; 30 cm. Orientador: Diogo Carvalho de Bezerra. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Economia, 2014. Inclui referências. 1. Pequenas e Médias empresas. 2. Risco (Economia). 3. Incerteza (Economia). 4. Gestão empresarial. I. Bezerra, Diogo Carvalho de. (Orientador). II. Título. 330 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2014-141)
-------	--

JESSICA MARIA ARAÚJO MONTEIRO

PERFIL DO MICRO E PEQUENO EMPRESÁRIO CARUARUENSE: UMA
ANÁLISE COM BASE EM SUAS PREFERÊNCIAS DE RISCO E DE SEU MODELO DE
GESTÃO

Monografia aprovada em 11 de Abril de 2014 como requisito parcial para a obtenção do grau bacharel no curso de Ciências Econômicas do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco, pelos professores:

BANCA EXAMINADORA

Profº, Ms. e Dr. Diogo Bezerra
(Orientador)

Profª, Ms. e Drª. Alane Alves Silva

Profº. e Ms. Márcio Miceli Maciel de Souza

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, João e Norma, por todo amor, carinho, cuidado e dedicação que puseram em minha educação e que são responsáveis por tudo o que sou. À minha irmã, Joanna, que sempre me apoiou, esteve ao meu lado e buscou, de todas as formas, ajudar-me neste processo final acadêmico. Aos meus irmãos, Jonnath e Julianne, que, mesmo um pouco distantes, estão sempre presentes em minha vida. A Dayvisson Janeson, que com paciência ouviu todos os desabafos nos momentos de “pressão” da escrita de monografia e me acalmava com sua serenidade. À Mayara Soares, amiga de todas as horas, principalmente nos momentos mais difíceis, com quem dividi bons momentos neste período de faculdade. A Diana, Ewerton e Robécia, de onde também obtive apoio para este projeto, o meu muito obrigada. Ao meu orientador, Diogo Bezerra, agradeço imensamente que, sempre muito atento, buscou ajudar-me, mesmo com o seu tempo reduzido, para que este projeto ocorresse, propiciando a melhor orientação de monografia possível. Agradeço a todos os amigos e professores, que de uma forma ou outra, estiveram comigo nesta etapa de minha vida, a qual irei guardar para sempre em minhas boas lembranças...

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.”

Charles Chaplin

RESUMO

Este trabalho objetivou descrever o perfil acerca do posicionamento da classe de micro e pequenos empreendedores da cidade de Caruaru, bem como analisar o modelo de gestão adotado por estes. Para isto, o trabalho teve o embasamento teórico de autores que, economicamente falando, descreveram características adotadas por agentes no ambiente econômico e de pesquisas que buscaram descrever o perfil de gestão adotado pelos empresários do país, em seguida, com base nas respostas coletadas através de pesquisa realizada *in locu* com os empresários da cidade, no período de setembro a novembro de 2013, os dados foram trabalhados em uma análise descritiva e inferencial, buscando alcançar os objetivos traçados neste trabalho. O verificado foi o de que os empresários da cidade apresentam fortes tendências ao risco e a incerteza no momento de tomarem suas decisões, e que, no entanto, quando se referindo à busca de financiamento, estes apresentaram cautela e preferência pela liquidez. Em geral, também foi percebido estratégias positivas no modelo de gestão das empresas e com base nas necessidades encontradas foi levantado ao final do projeto novas diretrizes para o embasamento de pesquisas futuras.

Palavras chave: MPes, risco, incerteza, gestão empresarial.

ABSTRACT

This work objectived describes the profile about the positioning of micro and small classes about the entrepreneurs in the town of Caruaru, and analyzes the management model adopted by them. For this, the study had the theoretical basis of authors who, economically speaking, described characteristics adopted by agents in the economic environment and surveys that sought to describe the profile of management adopted by firms in the country, then based on responses gathered through survey conducted in locus with businessmen of the city, in the period from September to November of 2013, the data were done in a descriptive and inferential analysis, seeking to achieve the objectives outlined in this study. The verified was that the businessmen of the city have strong tendencies to risk and uncertainty when they make their decisions, and, however, when referring to the search for funding, they showed caution and liquidity preference. In general, it was also perceived positive strategies in the management of companies model and based on the needs found, was lifted at the end of the project new guidelines for embossment future research.

Keywords: SMEs, risk, uncertainty, business management.

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1- DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS (EM %) SEGUNDO CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS – BRASIL E REGIÕES 2013	51
TABELA 2- DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS (EM %) SEGUNDO CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS – BRASIL E REGIÕES (2013)	52
TABELA 3- DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS (EM %) SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS – BRASIL E REGIÕES (2013)	53
TABELA 4- DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS (EM %) SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS – BRASIL E REGIÕES (2013)	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: CLASSIFICAÇÃO DE GÊNERO DOS EMPRESÁRIOS	24
GRÁFICO 2: FAIXA ETÁRIA DOS EMPRESÁRIOS	25
GRÁFICO 3: COMPORTAMENTO PERANTE O RISCO	26
GRÁFICO 4: PRAZO, JUROS E PARCELA – PREFERÊNCIAS DOS EMPRESÁRIOS..	27
GRÁFICO 5:ATIVIDADES DAS MPES	28
GRÁFICO 6: ESTRATÉGIAS DE GESTÃO – AUMENTO DE RECEITAS	30
GRÁFICO 7: ESTRATÉGIAS DE GESTÃO – REDUÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS ..	31
GRÁFICO 8: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “GRUPO DE ATIVIDADE” E “RISCO”	33
GRÁFICO 9: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “CRIAÇÃO DE REMUNERAÇÃO ATRELADA ÀS METAS DE RENTABILIDADE” E “RISCO.....	34
GRÁFICO 10: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “INVESTIMENTOS EM PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES” E “RISCO”	35
GRÁFICO 11: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “IDADE” E “RISCO”	36
GRÁFICO 12: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “CRIAÇÃO DE NOVOS CANAIS DE VENDA” E “RISCO”	36
GRÁFICO 13: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “CORTE DE CUSTOS E REDUÇÃO DO QUADRO DE PESSOAL” E “RISCO”	37
GRÁFICO 14: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “COMPRA DE MERCADORIA” E “RISCO”	38
GRÁFICO 15: ANÁLISE DE CORRELAÇÃO PARA “APLICAÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO” E “RISCO”	39

SUMÁRIO.

1. INTRODUÇÃO	9
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 Risco e incerteza em Knight	12
2.2 Teoria da Utilidade esperada e “risco” assumido	14
2.3 Incerteza em Minsky a partir da Hipótese da Fragilidade Financeira	16
2.4 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE	17
2.5 Empreendedorismo no Brasil – GEM.....	19
3. METODOLOGIA	21
4. RESULTADOS	23
4.1 Análise descritiva.....	23
4.1.2 Características gerais: MPEs e proprietários.....	23
4.1.3 Estratégias para o aumento de receitas e diminuição de custos	29
4.2 Estatística inferencial – perfil do empresário.....	32
5. CONCLUSÃO.....	40
 BIBLIOGRAFIA.....	 44
 ANEXOS	
ANEXO 1: QUESTIONÁRIO APLICADO.....	47
ANEXO 2: EMPREENDEDORES INICIAIS - GEM (2013)	51
ANEXO 3: EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS – GEM (2013)	52
ANEXO 4 EMPREENDIMENTOS INICIAIS – GEM (2013)	53
ANEXO 5 EMPREENDIMENTOS ESTABELECIDOS – GEM (2013)	55

1. INTRODUÇÃO

Os micros e pequenos empreendimentos são os responsáveis por fornecer mais da metade do número de postos de trabalho no país, agindo, desta forma, como agentes reguladores do mercado e facilitando os processos de transição econômica. As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) funcionam como opção para aqueles que pretendem ter o seu próprio negócio e também para a mão de obra excedente que não consegue obter emprego em grandes empresas, muitas vezes por falta de qualificação.

De acordo com dados obtidos através do SEBRAE (2013), as micro e pequenas empresas representam cerca de 99% da totalidade empresarial do país, o que representa em números 6,9 milhões de empreendimentos, gerando 70% dos postos de trabalho. No entanto, apenas 25% do PIB nacional são provenientes destas empresas. Na Alemanha, por exemplo, segundo dados da SBA Fact Sheet (2009) *apud* SEBRAE (2011), as MPEs geravam 41% dos empregos para a população, mas com menos da metade da mão de obra, tinham um efeito produtivo de 33,5% no PIB do país. Esta realidade nos mostra a importância destas para a economia e o quanto as MPEs brasileiras ainda carecem de apoio por parte dos órgãos brasileiros quanto ao seu sistema de gestão.

Neste trabalho, a análise empresarial será voltada aos micro e pequenos empreendedores de Caruaru, cidade que conta com 314.912 habitantes (IBGE, 2010), sendo a mais populosa do interior do estado de Pernambuco, tendo a quarta maior população do Estado, perdendo apenas para Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda.

O comércio, voltado principalmente ao setor de confecções, impulsiona a economia da cidade e juntamente com as cidades de Toritama e Santa Cruz do Capibaribe formam o segundo maior Polo têxtil do Brasil¹. Segundo dados do IBGE (2013), o PIB da cidade foi avaliado em 3 bilhões de reais, posicionando-se em 6º lugar na economia do estado, sendo considerado o maior do interior de Pernambuco.

1 De acordo com publicação de matéria realizada no site do Estadão, onde também é feita a menção de que o maior Polo têxtil brasileiro é localizado no estado de São Paulo. Matéria publicada em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,agreste-tem-2-maior-polo-texil-do-pais,981078,0.htm>> acesso em 12/02/2014.

Dada à intensa dinâmica de comercialização varejista e atacadista que abastece diversos municípios - inclusive cidades de outros estados – e dada a relevância do grande número de negócios realizados pelos empresários caruaruenses, este trabalho tem como objetivo geral realizar uma análise do perfil empresarial dos micro empreendedores locais e, com base em simulações, avaliar o comportamento destes agentes no ambiente de negócios.

A hipótese principal assumida para este trabalho é a de que a classe empresarial caruaruense possui uma característica marcante por assumir grandes riscos em seu modo de gestão e com relação ao posicionamento voltado ao financiamento bancário. As classificações seguem o modelo de descrição para os agentes de acordo com os estudos de Von Neumann e Morgenstern e de Minsky, explicitados mais adiante no decorrer do trabalho.

Os objetivos específicos traçados para a composição deste trabalho e que possibilitarão um melhor entendimento acerca do perfil dos gestores, são:

- Apresentar um conteúdo analítico-descritivo para as características dos empresários e de suas empresas;
- Abordar o modelo de gestão adotado pelas empresas que são voltados às estratégias de aumento de receitas e redução de custos e despesas e;
- Correlacionar o perfil de risco dos agentes com variáveis apresentadas descritivamente para traçar o perfil do empresariado em relação a sua classificação e suas decisões.

Com as análises realizadas espera-se obter as características principais dos agentes do mercado empresarial da cidade, apontando alternativas de melhorias para o modelo de gestão adotado pelos empresários.

Sendo assim, o trabalho é desenvolvido nas seguintes etapas: primeiramente é inserido o processo de formação da pesquisa na seção de metodologia; em seguida, são demonstradas as bases teóricas que ajudaram o desenvolvimento da pesquisa; nos capítulos seguintes serão realizadas as análises descritivas dos dados e as análises inferenciais entre a variável “Risco” - adotado para o perfil do agente, que será obtido na seção descritiva - e as demais variáveis escolhidas para traçar o perfil do agente; por fim, o último capítulo permite a avaliação geral dos dados apresentados como forma de

enquadrar os agentes em seu determinado perfil dentro do mercado empresarial, levando em consideração o risco assumido por estes e a classificação do perfil para o grupo em questão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Diversas observações científicas foram realizadas ao longo dos anos na tentativa de buscar melhorias para o desempenho das organizações empresariais e aprimorar técnicas que poderiam maximizar a taxa de retorno positiva nas relações intercomerciais.

Explicar o comportamento do indivíduo no ambiente ao qual ele está inserido, ao que se pode notar, esteve bastante ligado ao estudo de suas escolhas envolvendo “incertezas” e “*risco*”. Estes termos serão estudados restringindo-se ao empresariado no que se refere ao modelo de gestão empresarial.

A subseção 2.1 retrata como para Knight os termos “risco” e “incerteza” estão relacionados ao termo “lucro” nas relações comerciais; a subseção 2.2 tem como objetivo realizar uma análise do comportamento de risco, tomando como base os pensamentos dos matemáticos Von Neumann e Oskar Morgenstern; a subseção 2.3, fazendo uso do artigo de Miceli *et al* (2008), retrata a visão Minskyana sobre comportamento de risco com base na Teoria da Hipótese da Fragilidade Financeira; a subseção 2.4 demonstra informações obtidas a partir de pesquisas realizadas pelo SEBRAE (2013) na área de MPes; por último, a seção 2.5, enfatiza dados da pesquisa que fazem parte do projeto Global Entrepreneurship Monitor - GEM, iniciado pela London Business School e pelo Babson College, que busca por informações acerca do empreendedorismo no Brasil.

2.1 Risco e incerteza em Knight

A obra de Knight (1972) tem início com a abordagem sobre os economistas da escola clássica inglesa do fim do século XVII e início do século XIX que relacionavam o termo lucro como função da propriedade do capital. Isto se devia ao fato de que as grandes empresas da época eram limitadas apenas a alguns bancos e companhias financeiras comerciais, de forma que o crescimento da empresa estava atrelado principalmente ao seu capital próprio. Com o passar do tempo, o crescimento da concorrência e o aperfeiçoamento das instituições financeiras fizeram com que a

“habilidade financeira” de cada empresário fosse posta em maior destaque, pelo fato de que com este atributo, a obtenção do capital necessário para o desenvolvimento da empresa passou a ser conquistado com maior facilidade com base em recursos tomados por meio de empréstimos.

No trabalho de Knight, algumas teorias de diversos períodos foram ajuntadas em um único trabalho de forma a explicar individualmente o termo lucro nas relações comerciais. Dentre estas podem ser citadas: a teoria de COURCELLE-SENEUIL (p.40) que frisa que o lucro não se trata de salário e que é obtido através de uma situação de risco; a de THÜNEM (p.41), exposta na obra *Der Isolirte Staat*, que define que o lucro é a quantia restante depois da retirada do valor dos juros, dos seguros pagos pela garantia dos bens empresariais e dos salários de administração; a teoria de GROSS (p. 43) que afirma que o lucro é a diferença entre o custo dos bens e seu valor comercializado, logo, ele adotava a lei econômica da produção com o menor custo possível e da melhor utilização dos bens de consumo; e por último a doutrina de HAWLEY (P.47) onde o lucro é explicado exclusivamente em termos do risco.

Diante destas e de diversas outras teorias coletadas e citadas em seus estudos, Knight sintetiza sua interpretação sobre o que seria o *lucro*. Em primeiro lugar:

“...o risco conhecido não leva absolutamente a qualquer recompensa ou pagamento especial.” (p. 59)

Em segundo lugar – ainda de acordo com Knight - probabilidades no meio comercial são inaceitáveis pelo fato de que as decisões empresariais são únicas, logo não existe a possibilidade de mensurar as incertezas do cotidiano de uma empresa, sendo justamente esta “verdadeira incerteza” que forma a característica de “empresa” de uma instituição.

Com estas duas colocações, Knight chega à conclusão de que o termo *lucro* está diretamente ligado ao termo *incerteza* e não ao termo *risco*, pois para ele, o que existe no cotidiano empresarial são situações diversas e desconhecidas a título de cálculos de probabilidades e que as incertezas são imensuráveis, ao contrário do risco.

Deve ser observada a questão de que para Knight, o fato de incertezas serem imensuráveis nas decisões empresariais leva em consideração a *Teoria da Frequência*

Relativa de Probabilidade. Assim, de acordo com a teoria - onde probabilidade é um conceito aplicado a sequências de números resultantes que são obtidos através de experimentos infinitamente repetidos (Von Misses *apud* Camargos, 2004) - não existe uma sequência repetitiva nos acontecimentos empresariais, concluindo o pensamento de Knight com base na frequência relativa dos acontecimentos. Sendo assim, utilizando-se os estudos de Knight, neste trabalho, o conceito de “incerteza” será também utilizado para definir a tomada de decisão no campo empresarial.

2.2 Teoria da Utilidade esperada e “risco” assumido

O princípio da utilidade esperada, publicado em 1944 por Von Neumann e Oskar Morgenstern, na obra *Theory of games and economic behavior*, também chamada de Função Utilidade Esperada de Von Neumann – Morgenstern, mostra que a utilidade é uma forma de descrever posturas de indivíduos perante alternativas, onde um consumidor sempre optará pela maximização de sua utilidade.

Mineto (2005) *apud* Reato (2007) diz que a escala de utilidade de uma pessoa pode ser medida com base em respostas obtidas a partir da simulação de situações e, complementando, Lambda (2011) diz que a Função Utilidade (FU) transcreve receitas financeiras em “unidades de utilidade” levando em consideração diversos cenários. O princípio permite realizar uma escala distributiva de probabilidades e classificar a ordem de preferências do indivíduo.

O conceito de Teoria da Utilidade Esperada é baseado no conceito de loterias simples e compostas. No caso da loteria simples, uma representação de um conjunto de ganhos interligados à probabilidade de que cada ganho ocorra; no caso da loteria composta, um conjunto de loterias. A partir da percepção de que deveria existir um modelo teórico para trabalhar os conceitos de loterias, Neumann e Morgenstern criaram a Teoria da Utilidade Esperada.

O Teorema da Utilidade Esperada nos diz que se um indivíduo tenha preferências por loterias sendo estas racionais, contínuas, e que satisfaçam o axioma da

independência, então estas preferências podem ser representadas por uma função com a forma de utilidade esperada.

Cusinato (2003) define uma relação de preferências de forma racional quando esta possui a propriedade da completude e da transitividade. Completude indica que o tomador de decisão é capaz de realizar comparações entre pares de loterias e implica também que a relação de preferências é reflexiva, ou seja, que toda loteria preferida é tão boa quanto ela mesma. A propriedade de transitividade exclui a possibilidade da existência de preferências circulares, preferências onde a loteria L é preferível a L' , L' é preferível a L'' e L'' é preferível a L , com este tipo de situação ter-se-ia dificuldade em descobrir qual seria a alternativa escolhida.

Por preferências contínuas, entende-se que pequenas mudanças de loteria causarão pequenas mudanças no nível de preferência. Com relação ao axioma da independência, Cusinato (2003; pág.43) define a seguinte forma:

O axioma da independência nos diz que se um indivíduo considera a loteria L preferível a L'' , então uma loteria composta que forneça L' com probabilidade α e L'' com probabilidade $(1-\alpha)$. Em outras palavras, se misturarmos a loteria L com uma loteria L'' e a loteria L' com a loteria L'' entrando sempre com a mesma probabilidade, então o ordenamento das duas misturas não depende apenas do ordenamento entre L e L' . Se L é fracamente preferível a L' , então a mistura de L com L'' é fracamente preferível a mistura de L' com L'' .

A função utilidade, representativa do Teorema da Utilidade Esperada, seguindo todos estes pressupostos, pode ser transcrita da seguinte forma:

$$U(C_1, C_2; p_1, p_2) = p_1 U(C_1) + p_2 U(C_2)$$

Onde $U(C_1)$ e $U(C_2)$ representam respectivamente utilidades para os prêmios C_1 e C_2 , e p_1 e p_2 representam a probabilidade de acontecimento para cada evento.

A partir da análise do grau de utilidade para cada prêmio obtido em uma loteria, as classificações de denominação para o grau de risco do agente foram criadas. Sendo assim, pode-se dizer que os indivíduos que possuem maior utilidade em ter o valor esperado dos prêmios de uma loteria do que obtendo os prêmios monetários desta loteria, são classificados como “avessos” ao risco, para o caso contrário, ou seja, para aqueles que possuem maior utilidade em obter o prêmio da loteria em obter o valor

esperado desta, são classificados como “propensos” ao risco, e, para aqueles que são indiferentes entre o grau de utilidade lotérico e o valor esperado desta, são classificados como “neutros” ao risco.

2.3 Incerteza em Minsky a partir da Hipótese da Fragilidade Financeira

Segundo Lourenço (2005), a Hipótese da Fragilidade Financeira de Minsky apresenta a formulação de que um sistema financeiro sofisticado e em completa transformação tende naturalmente a oscilar por períodos de instabilidade. Estes períodos podem se dar por tendências inflacionárias, bolhas especulativas ou deflações, e estes comportamentos atribuídos à economia tendem a ser revertidos por intervenção política onde uma nova fase de estabilidade seja alcançada, sendo esta última caracterizada por um baixo nível de atividade econômica. Esta situação por sua vez é revertida pela busca dos agentes gerando um novo ciclo econômico expansivo, obtendo-se novamente uma fase especulativa. Com o passar do tempo este ciclo de decadência e expansão econômica tende a se repetir.

Minsky, ao analisar a situação de cada sistema deficitário que estaria dependente de financiamento, verificou que poderia ser realizada uma divisão taxonômica onde a partir destas classificações o grau de fragilidade financeira destas unidades poderia ser avaliado. Obtendo-se as características de cada posicionamento assumido perante a situação de financiamento no trabalho realizado por Miceli *et al* (2008), temos que três tipos de posturas podem ser adotadas: *Hedge*, *Especulativa* e *Ponzi*.

O perfil *Hedge* é caracterizado como aquele que prefere usar o capital próprio para adquirir ativos, e recorre apenas ao financiamento quando a parcela de amortização mais a taxa de juros é menor ou igual ao fluxo de rendimentos. Esta forma de agir é retratada como a forma mais segura por apresentar um maior cuidado perante o mercado de financiamentos.

A postura *Especulativa* é caracterizada pela obtenção de empréstimos mesmo sendo o somatório da parcela de amortização mais os juros maior que os rendimentos.

Esta postura é adotada pela instituição que acredita que terá acesso à liquidez na condição de bons prazos de pagamento.

Ponzi é a última postura avaliada por Minsky. A instituição que toma esta postura acredita que conseguirá refinanciamento no futuro e passa a contrair empréstimos mesmo que não possa pagar a taxa de amortização e nem mesmo os juros. As duas últimas classificações, ao contrário da primeira, são caracterizadas por um maior nível de fragilidade.

Contrariamente ao que é defendido pela escola neoclássica, onde o agente pode assumir comportamentos distintos e definitivos, alguns sendo avessos ao risco e outros amantes do risco, Minsky definiu que para ele diferentes posturas entre os agentes econômicos existirão em um dado momento e para um mesmo agente ao longo do tempo (Minsky *apud* Miceli *et al* – 2008).

As contribuições de Minsky são de grande importância para o entendimento do ciclo econômico capitalista. Suas teorias nos mostram o quanto posturas adotadas perante o tipo de financiamento podem afetar esta economia que, para ele, naturalmente se porta como instável e tende a fragilizar-se à medida que a economia evolui e toma novos rumos. As teorias Minskyanas podem ser utilizadas para explicar diversos fenômenos de estagnação, hiperinflação, deflação, bolhas, dentre outros existentes no sistema de mercado, bem como ajudam na escolha de tomadas de decisões em situações de correções no sistema financeiro com base nos resultados analisados e verificados pelos estudos do economista, sabendo-se o grau de fragilidade da tomada de decisão escolhida.

2.4 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

O SEBRAE, um dos maiores parceiros das micro e pequenas empresas no país, além de fornecer cursos de capacitação e palestras para funcionários e proprietários, também busca desenvolvimento na área de pesquisa em uma tentativa de apontar melhorias para empresas.

Em 2013, o SEBRAE desenvolveu uma pesquisa envolvendo mais de 34 mil empreendimentos com o objetivo de traçar o perfil das MPEs e dos proprietários para que as necessidades destas pudessem ser trabalhadas.

A pesquisa descobriu que as MPEs brasileiras desenvolveram no ano de 2013 mais de 85 mil ações voltadas à inovação. Deste total, 54% investiram em criação de novos produtos para comercialização, formas de fabricação ou distribuição e novas formas de prestações de serviços. Sendo que 14% deste percentual foram investimentos em redução de custos nos processos, 10% foram investidos em qualidade ao produto ou serviço, 9% foram relacionados à tecnologia da informação, 8% foram inovações voltadas à reformulação de produtos, serviços, comunicação e ambientes, 3% estiveram voltados à propriedade intelectual (um exemplo é a obtenção do registro de indicação geográfica), 2% estão ligados às inovações na área de sustentabilidade, dentre outras.

Dentre outras informações, a pesquisa também identificou que a idade média dos empreendedores é de 42 anos e que 38% do total de empresários possuem nível superior completo e apenas 30% possui o segundo grau completo. Outra observação importante é com relação à taxa de mortalidade das MPEs que, de acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE (2013), têm existido reduções nestes valores para até dois anos de atividade empresarial. Para as empresas nascidas em 2005 a taxa de mortalidade foi de 26,4%, para as que nasceram em 2006 a taxa reduziu para 24,9%, e para as que nasceram em 2007 a taxa de mortalidade ficou em 24,4%, o que trás uma perspectiva de melhorias nas reduções destas taxas a cada ano.

Estes estudos têm demonstrado o quanto o gerenciamento destes empreendimentos tem melhorado ao longo dos anos e refletem também as necessidades de melhorias nos setores. Todas estas análises ao longo dos anos têm sido de grande importância para a efetivação de políticas públicas e de programas de apoio do governo que propiciam crescimento e desenvolvimento sustentável ao sistema comercial empresarial do país.

2.5 Empreendedorismo no Brasil – GEM

Todos os anos, tendo início no ano de 1999, por parte de uma parceria entre a *London Business School* e o *Babson College*, é realizada uma pesquisa em quase 100 países, incluindo o Brasil que passou a participar no ano de 2000. A pesquisa faz parte do projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), com o objetivo de compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico dos países. O projeto, que está em andamento, realizou sua última análise no ano de 2013 e caracterizou aspectos correspondentes aos empreendedores brasileiros e às empresas.

Para o projeto, “empreendedor” é todo aquele que busca criar um novo empreendimento, como por exemplo, uma nova empresa, a expansão de um empreendimento já existente, uma atividade autônoma.

No Brasil, a pesquisa conta com o apoio do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), do SEBRAE e do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas.

A metodologia do trabalho caracteriza os empreendedores em iniciais (nascentes e novos) e estabelecidos. Os empreendedores nascentes são assim classificados por ainda não terem pagado nenhuma forma de remuneração a si mesmo por mais de três meses e os novos são classificados como aqueles que receberam remuneração proveniente de seu negócio em um período de três a 42 meses. Os estabelecidos são assim classificados por terem gerado alguma forma de pagamento em seu negócio a eles próprios por mais de 42 meses, o equivalente a 3,5 anos. De acordo com a pesquisa GEM (2013), no Brasil, existem cerca de 21.000.000 de habitantes caracterizados como empreendedores iniciais e cerca de 19.000.000 de empreendedores estabelecidos, ambas as classificações estão na faixa etária de 18 a 64 anos de idade.

A pesquisa trabalhou em cima de uma base de dados composta de 10.000 entrevistados e realizou um estudo de características que envolvem o perfil do proprietário e da empresa com base em entrevistas realizadas.

De acordo com o trabalho, para a classificação de iniciantes, a quantidade de empreendedores do sexo feminino foi maior, com 52,2% da totalidade dos entrevistados

para esta classe. Para o sexo masculino, o valor percentual foi um pouco menor, 47,8%. Com relação aos empreendedores estabelecidos, a totalidade maior ficou para o sexo masculino, 57,8% e para o sexo feminino foi de 42,2%. Os valores percentuais, tanto a nível nacional como para os estados, permaneceram entre 40% e 60%, o que mostra que não há diferenças gritantes entre o número de empreendedores do sexo masculino e feminino.

De acordo com a pesquisa, a classificação de iniciantes é bastante caracterizada pela faixa de idade entre 25 e 34 anos e a classificação de estabelecidos caracterizada pela faixa de 45 a 54 anos. Ainda de acordo com os dados da pesquisa GEM (2013)², a faixa de renda dos empreendedores não foram apresentadas de maneira satisfatória, pois a grande maioria, tanto para iniciantes (61,6%) quanto para estabelecidos (57,6%), recebem menos que três salários mínimos. Os dados apresentados para os estabelecidos podem ter sofrido influência do período de maturação escolhido pela pesquisa (3,5 anos), tempo ainda relativamente baixo para que um empreendimento apresente crescimento bastante satisfatório, oferecendo ao proprietário bons salários.

O trabalho do GEM também teve a preocupação de relatar características ligadas às empresas brasileiras e foi analisado no trabalho que os empreendimentos brasileiros são caracterizados por enfrentarem grandes níveis concorrenciais, por terem praticamente 100% dos consumidores dos produtos e serviços no próprio país, por não apresentarem expectativas satisfatórias de criação de emprego para os próximos cinco anos e pela grande maioria dos empreendimentos terem faturado o valor limite de R\$ 60.000,00 e menos de 1% tanto dos empreendimentos iniciais quanto dos estabelecidos disseram ter faturado acima de R\$ 3.600.000,00.

O que a pesquisa revelou foram dados não muito satisfatórios em relação aos empreendimentos brasileiros. Os dados mostram que as empresas têm passado por grandes níveis de concorrência e que não possuem grandes expectativas com relação a criação de novos postos de trabalho, fatores estes preocupantes. As taxas de mortalidade das empresas brasileiras, de acordo com o SEBRAE (2013), têm apresentado decréscimo, no entanto as características da pesquisa do GEM (2013) apresentaram expectativas não satisfatórias para o desenvolvimento empresarial no país.

² Os dados completos das tabelas referentes a caracterização dos empreendedores e dos empreendimentos do trabalho do GEM (2013), estão no anexo 2, ao final deste trabalho

3. METODOLOGIA

Este trabalho buscou estudar Micro e Pequenas Empresas da cidade de Caruaru que estivessem ligadas ao setor do comércio de bens. Para isto, com o objetivo de enquadrar as devidas empresas na formação da base de dados, foi utilizada a definição da Lei Geral das MPEs³ instituída em 14 de dezembro de 2006 e que passou por alterações com as Leis Complementares 127/2007, 128/2008, 133/2009 e 139/2011. A lei define que Micro e Pequenas Empresas correspondem a estabelecimentos que possuem receita anual bruta superior a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) e inferior ou igual ao valor de R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

Ao todo, para a realização da pesquisa, foram aplicados 200 questionários⁴ no período de 02/09/2013 a 10/11/2013. As entrevistas foram distribuídas da seguinte forma nos principais centros de compras da cidade:

- 96 lojas no centro da cidade, envolvendo as principais ruas como na localização dos Guararapes, Rua São Sebastião, Quinze de Novembro, Duque de Caxias, dentre outras;
- 59 lojas próximas ao Parque 18 de Maio, espaço conhecido por localizar a Feira de Caruaru;
- 11 lojas na Galeria Fábrica da Moda e
- 34 lojas no Polo Comercial

Os números escolhidos de cada loja das localizações da cidade buscou escolher quantidades proporcionais a cada centro de compra para que as respostas não fossem viesadas. Não foi obtida autorização para que a pesquisa fosse realizada no Shopping Difusora e por questão de muitas implantações de franquias no North Shopping, foi decidido que a pesquisa não seria aplicada no local.

As perguntas do questionário voltadas às análises de modelo de gestão de receitas, custos e despesas foram embasadas na pesquisa realizada pela Consultoria Deloitte, publicada no ano de 2012, intitulada por “As MPEs que Mais Crescem no Brasil: Um

³ Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm > Acesso em: 12/03/14

⁴ Os valores percentuais dos modelos de gestão, quando somados, não terão totalidade de 100%, isto se deve ao fato de que o questionário possuiu questões de múltipla escolha.

estudo sobre os desafios do ambiente de negócios no caminho das empresas emergentes”.

A pesquisa da Deloitte apresenta um ranking das 250 MPEs que mais cresceram no Brasil no período de 2009 a 2011 e dentre diversas informações que foram coletadas a partir do estudo destas empresas, a pesquisa revela táticas de crescimento com relação ao aumento de receitas e diminuição de custos e despesas.

As análises com relação às estratégias de gestão das empresas foram trabalhadas em forma de percentuais e analisadas descritivamente juntamente com as variáveis de classificação de gênero, idade, perfil do empresário e ramo de atividade. Estas variáveis foram lançadas à estatística inferencial para que o perfil do agente com relação ao risco fosse traçado, encontrando-se as correlações existentes entre a variável “Risco” e outras demais trabalhadas na pesquisa.

O questionário formulado foi dividido em duas etapas para facilitar o processo de aplicação, onde a primeira etapa poderia ser respondida pelo gerente, já que estava voltada ao sistema de organização da empresa, a segunda etapa poderia ser respondida apenas pelo proprietário, pois envolvia questões que tinham o objetivo de entender o perfil do empresário.

A título de comparações realizadas, outros dados coletados a partir de fontes de pesquisas do SEBRAE e da pesquisa do GEM (2013) também foram utilizados para analisar a classe empresarial da cidade.

4. RESULTADOS

Este capítulo é composto de duas etapas, sendo a primeira voltada à análise descritiva dos dados e a segunda responsável pela análise inferencial das variáveis. A análise descritiva também faz uso de dados do SEBRAE (2013) e da pesquisa do GEM (2013) para realizar análises comparativas com os dados obtidos através da pesquisa desenvolvida para este trabalho. A análise inferencial buscou relatar as correlações existentes entre a variável “Risco” e as demais variáveis escolhidas para a seção.

4.1 Análise descritiva

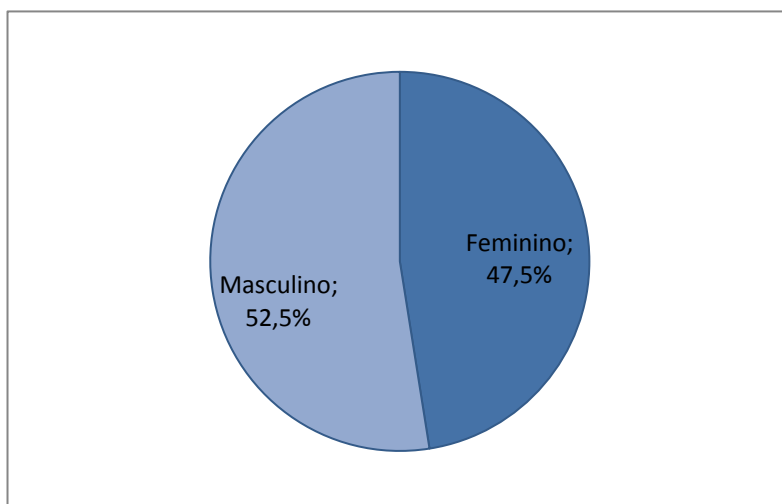
A análise descritiva tem como objetivo relatar as principais características dos micro e pequenos empresários participantes da pesquisa, mostrar a classificação das MPEs com relação ao tipo de atividade exercida e, por último, avaliar os dados com relação ao sistema de gestão voltado ao aumento de receitas e redução de custos e despesas obtidos através da pesquisa elaborada para aplicação do questionário na cidade de Caruaru.

4.1.2 Características gerais: MPEs e proprietários

Esta primeira etapa preocupa-se com a caracterização do perfil do proprietário voltando esta análise exclusivamente às variáveis idade, sexo, perfil de risco e cuidado no momento de busca por menores taxas de juros. Em seguida foi avaliado o grupo de atividade encontrado em maior número percentual na cidade.

Com relação aos perfil dos empresários, 52% dos entrevistados são do sexo masculino, o que nos mostra que o nível de mulheres como proprietárias de estabelecimentos comerciais também é bastante influente, ou seja, 48%. Os dados são demonstrados no gráfico da página seguinte:

Gráfico 1: Classificação de gênero dos empresários

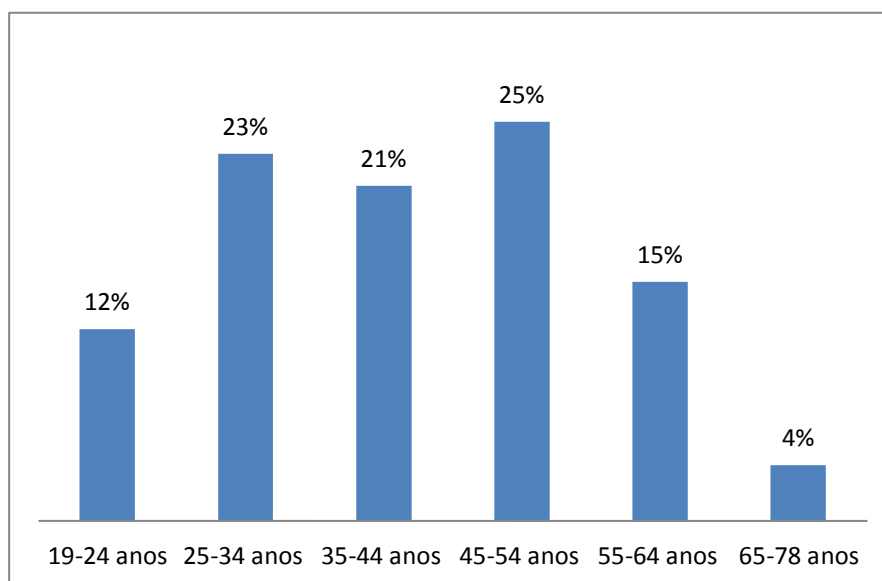


Fonte: Elaboração própria

A porcentagem do gênero masculino se traduz em maior valor que a do feminino. Estes valores confirmam o que os dados do GEM (2013) nos mostram (valores anexados nas tabelas que se encontram ao fim deste trabalho), o de que, na região nordeste, é comumente o número de mulheres como proprietárias de empreendimentos ser um pouco menor com relação a taxa do gênero masculino diferentemente das outras regiões do país. Isto pode ser explicado pelo tardio desenvolvimento na região no século XX agregado também à tardia saída do sexo feminino para o trabalho.

A idade média dos proprietários na cidade foi de 42 anos, a máxima de 78 anos e a mínima de 19 anos. A faixa etária que teve o maior percentual foi a de 45 a 54 anos com um percentual de 25%, bem próximo a este valor teve-se a faixa etária de 25 a 34 anos com 23% do total de entrevistados. O gráfico da página seguinte resume a porcentagem referente a faixa etária que a pesquisa obteve:

Gráfico 2: Faixa etária dos empresários



Fonte: Elaboração própria

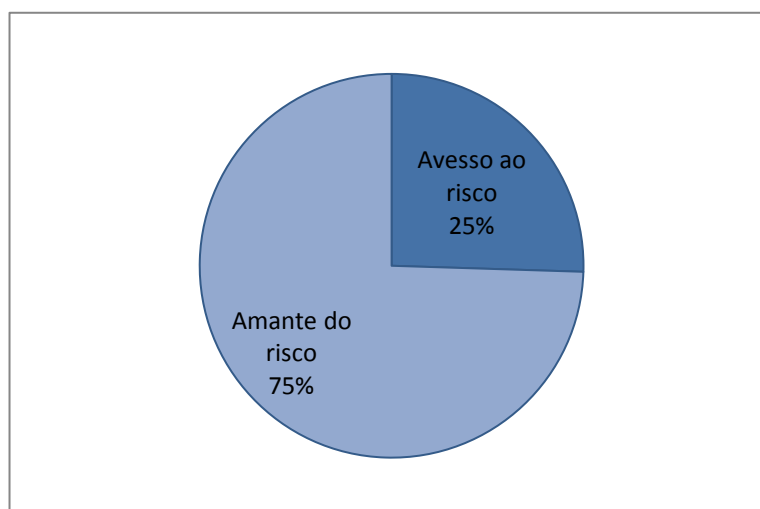
A idade média dos micro e pequenos empresários caruaruenses obtida na pesquisa foi condizente com a média brasileira obtida pela pesquisa do SEBRAE (2013), também de 42 anos de idade.

Para a análise do enquadramento dos empresários da cidade como sendo avessos ou propensos ao risco, foi realizada uma simulação⁵ onde foi adotado o valor percentual de 25% como sendo o valor de equilíbrio da taxa de utilidade para os indivíduos neutros ao risco. Desta forma, aqueles que disseram investir mais de 25% da riqueza em sua empresa, foram classificados como “amantes” do risco e aqueles que optaram por investir um percentual menor que 25% foram classificados como “avessos ao risco”.

O gráfico que segue resume os valores percentuais para as duas classificações:

⁵ Ver anexo I: Questionário aplicado. Questão 09 – II etapa

Gráfico 3: Comportamento perante o risco



Fonte: Elaboração própria

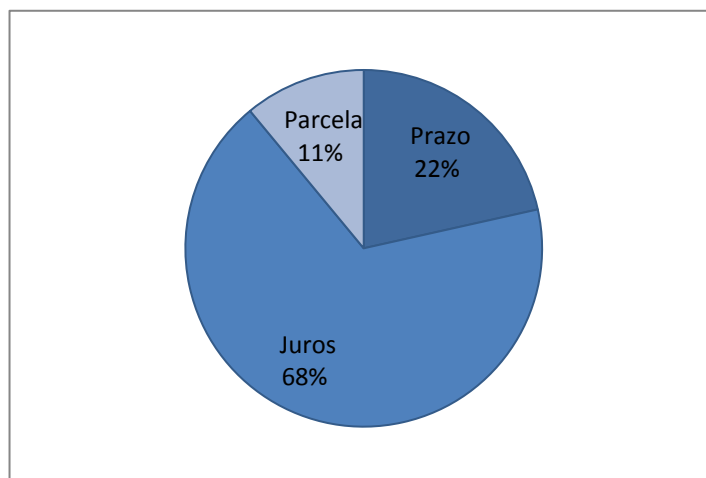
De acordo com a resposta de cada entrevistado, foi entendido que 75% dos empresários adotam a postura amante do risco e 25% dos empresários da cidade foram classificados como sendo avessos ao risco.

O perfil do empresário também foi analisado a partir de suas preferências com relação ao comportamento voltado a preocupação de análise de juros, prazo e parcela. Foi verificada nos empresários uma preocupação constante com a taxa de juros no momento de busca de novas fontes de crédito.

A pesquisa teve início em setembro de 2013 e em Agosto do mesmo ano uma publicação do Banco Central⁶ informou que a taxa de juros obteve aumento de 0,6 ponto percentual de julho para agosto, elevando no mês de agosto a taxa para 20,6% ao ano, o que mostra que o cuidado dos empresários com relação a taxa de juros obtida no momento de buscar um novo empréstimo é um ponto bastante positivo. O comportamento dos entrevistados com relação ao prazo, aos juros e ao valor da parcela é demonstrado no gráfico da página que segue:

⁶ Informação coletada através da publicação do site Terra em 27/09/2013. Disponível em: <<http://economia.terra.com.br/taxas-de-juros-ficam-maiores-em-agosto-para-familias-e-empresas,f40882ddb7f61410VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 14/03/2014.

Gráfico 4: Prazo, juros e parcela – preferências dos empresários



Fonte: Elaboração própria

De acordo com esta análise, os empresários podem receber as classificações denominadas por Minsky. A pergunta efetuada aos entrevistados leva em consideração a tomada de financiamento bancário, fator indispensável na teoria Minskyana já que as denominações são provenientes a partir dos seus estudos que originaram a Teoria da Fragilidade Financeira.

Para que a classificação pudesse ser realizada, o indivíduo que apresentou intensa preocupação em analisar primeiramente a parcela do empréstimo foi classificado com *Hedge*, já que este indivíduo, para Minsky prefere não fazer uso de financiamentos e apenas toma a decisão de tomar um empréstimo bancário quando a parcela é menor ou igual ao seu fluxo de rendimentos. Portanto, sabendo-se que toda parcela de um empréstimo é formada pela taxa de amortização mais o valor dos juros, foi também considerado como *Hedge* o indivíduo que da mesma forma possui intensa preocupação para a taxa de juros.

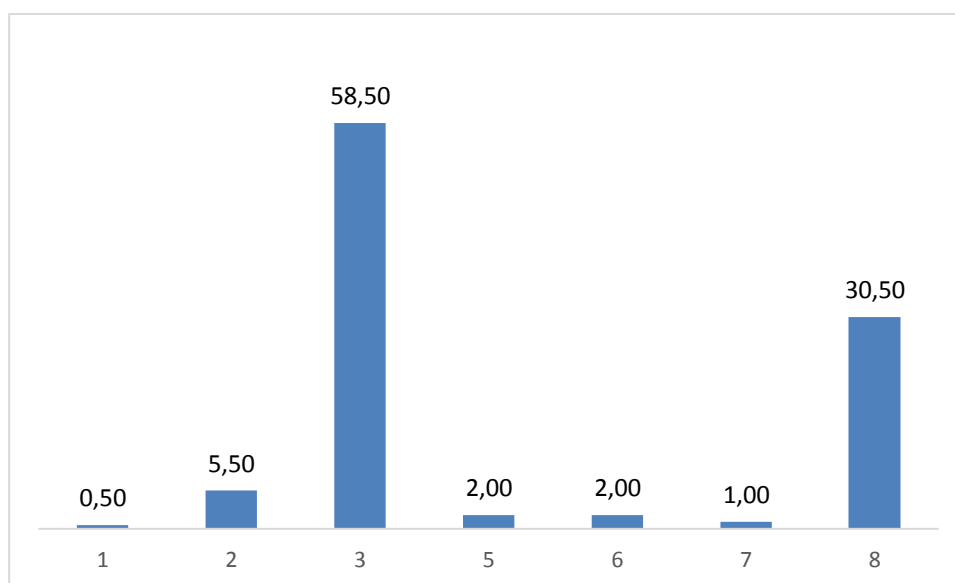
Aqueles que demonstraram intensa preocupação com relação ao prazo dado para o pagamento do empréstimo foram classificados como Especuladores e *Ponzis*, já que estas duas classificações priorizam as condições de prazos para pagamento do empréstimo. O primeiro, o especulador, acredita que terá acesso à liquidez no prazo de pagamento e o segundo, o *Ponzi*, acredita que terá acesso a um refinanciamento nas condições de bons prazos de pagamentos e passa a contrair novos empréstimos mesmo que não seja capaz de pagar a taxa de amortização e nem mesmo os juros. Diferentes

posturas podem ser tomadas por cada empresário, esta variação de classificação ocorre principalmente com o aumento do endividamento bancário pela empresa.

De acordo com a análise Minskyana, os empresários que adotariam uma postura *Hedge* na posição de assumir um novo empréstimo financeiro seria de 79%, aqueles que adotariam uma postura mais aproximada com a de especulador ou *ponzi*, dependendo do nível de endividamento da empresa, seria de 21%. Desta forma, o perfil do empresário caruaruense foi classificado com a característica de ação envolvendo menores níveis de fragilidade, sendo assim, os empresários demonstraram preferir a liquidez e serem mais cautelosos na busca de financiamentos bancários.

Após a avaliação do perfil dos empresários com relação ao “Gênero”, “Idade” e perfil de “Risco”, foi realizada a avaliação que segue com o objetivo de enquadrar as empresas nos ramos de atividades seguidas. O gráfico seguinte mostra o percentual da classificação do total das empresas entrevistadas:

Gráfico 5: Atividades das MPes



Fonte: Elaboração própria

As atividades enquadradas no questionário foram listadas em:

1. Combustíveis e lubrificantes
2. Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo

3. Vestuário, calçados e tecidos
4. Móveis e eletrodomésticos
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos
6. Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação
7. Livros, jornais, revistas e papelaria
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico

Como se pode perceber, nenhum estabelecimento voltado a comercialização de móveis e eletrodomésticos participou do questionário desenvolvido. Isto se deveu a dificuldade de serem encontrados os proprietários destes estabelecimentos, principalmente pela questão de que as lojas comerciais ligadas a este tipo de atividade seguem o sistema de gerenciamento do proprietário à distância tendo o gerente como o principal orientador do comércio.

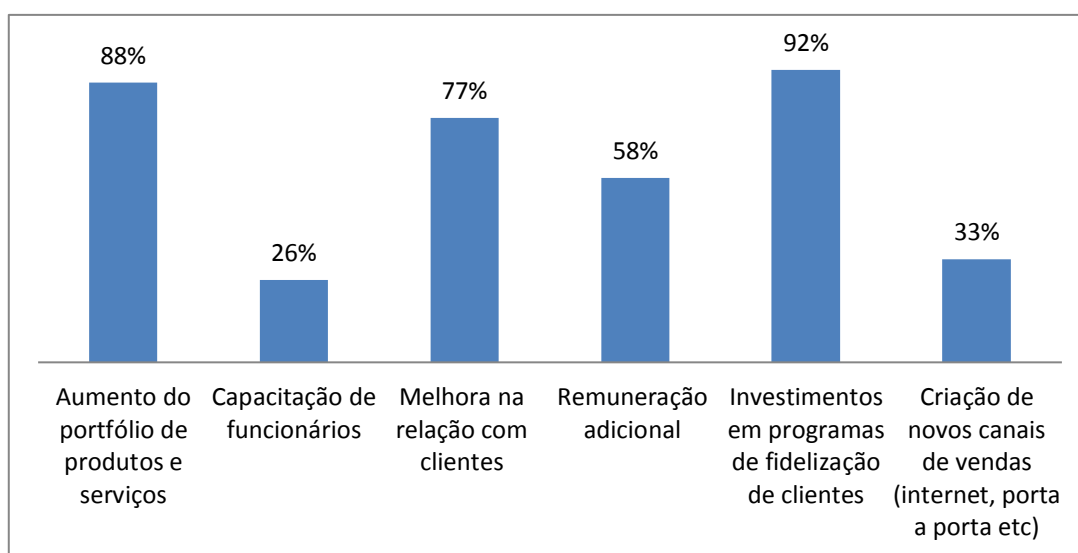
A atividade que mais se destacou foi a de “vestuários, calçados e tecidos”. A caracterização foi influente pela forte participação que a atividade comercial produtiva de roupas possui na cidade, desta forma, também aponta em crescimento o número de empresas que atentam para atender a este tipo de comércio como o de tecidos e aviamentos. A segunda maior foi a atividade que engloba “outros artigos de uso pessoal e doméstico”, onde se destacaram lojas que vendem artigos diversos para o lar e aquelas que se preocupam em fornecer objetos de decoração. Estas lojas também apresentaram um número visivelmente crescente dado o processo de crescimento do setor imobiliário da cidade. Em terceiro lugar, o número de empresas entrevistadas aportou na atividade que engloba a comercialização de produtos alimentícios.

4.1.3 Estratégias para o aumento de receitas e diminuição de custos

As perguntas envolvidas no questionário que possibilitaram a organização dos dados desta seção foram criadas a partir dos dados obtidos da pesquisa organizada pela consultoria Deloitte no ano de 2012. A análise que segue busca avaliar as decisões tomadas pelos empresários com o objetivo de auferirem maiores receitas e menores custos e despesas.

O gráfico que segue mostra o valor percentual dos empresários que buscam: realizar a diversificação de produtos comercializados; capacitar seus funcionários; promover contatos com clientes na tentativa de aumentar o número de vendas; criar remunerações adicionais promovendo melhores estímulos aos vendedores; analisar o percentual de empresários que buscam fidelizar seus clientes com práticas diversas e aqueles que buscam diversificar a estratégia venda de seus produtos. Todas estas estratégias foram classificadas como aquelas que objetivam realizar aumento de receitas para a empresa.

Gráfico 6: Estratégias de gestão – Aumento de receitas



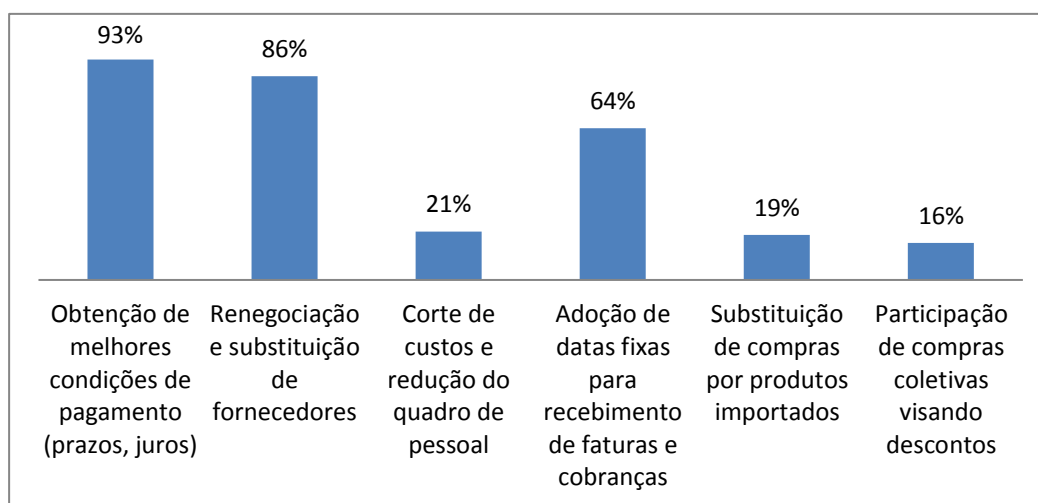
Fonte: Elaboração própria.

O que se pode perceber com a análise do gráfico de barras é que, com base nos percentuais para cada tipo de estratégia adotada, a cidade de Caruaru se mantém em bons níveis de modelo de gestão assumido por parte dos empresários. Em praticamente todos os tipos de estratégias os empresários da cidade demonstraram resultados satisfatórios, com exceção do ponto que transcreve a “Capacitação de funcionários”, onde apenas 26% dos empresários demonstraram obter preocupação com esta questão e com relação ao quesito “Criação de novos canais de vendas”, onde 33% dos empresários demonstraram realizar táticas diferenciadas para garantir a venda de seus produtos.

Com relação aos tipos de estratégias adotadas que objetivam redução de custos e despesas, foram analisados no gráfico abaixo: a busca dos empresários em obter uma

boa relação com fornecedores, bancos, dentre outros, na tentativa de obtenção de melhores condições de pagamento; a procura por fornecedores que propiciem menores custos para o produto; o corte de custos e redução do quadro de funcionários; a organização no fluxo de pagamentos e recebimentos; importação de produtos e participação de compras coletivas. Todas estas estratégias foram classificadas como aquelas que propiciam redução de custos e despesas.

Gráfico 7: Estratégias de gestão - Redução de custos e despesas



Fonte: Elaboração própria

De acordo com o gráfico, pode-se perceber que mais uma vez o empresariado caruaruense apresenta estratégias favoráveis para um modelo de gestão bem desenvolvido nos quesitos avaliados. No entanto, a pesquisa mostrou que com apenas 16%, a “Participação de compras coletivas visando descontos” e com 19%, a “Substituição de compras por produtos importados”, não são táticas muito utilizadas pelos empresários da cidade. A pesquisa também revelou que apenas 21% dos empresários adotam a medida de “Corte de custos e redução do quadro de funcionários”. Quando foi perguntado com relação aos períodos de intensa movimentação, muitos afirmaram manter durante o ano todo o mesmo quadro de pessoal.

Deve-se considerar que a pesquisa envolveu principalmente empresas de atividades voltadas ao setor de vestuário, e que a cidade possui a feira de roupas nas segundas-feiras, o que movimenta intensamente não apenas o setor da feira, mas

também o comércio que envolve a Rua Quinze de Novembro, a Duque de Caxias e a Rua São Sebastião, o que faz com que o comércio de Caruaru seja bastante movimentado durante todo o ano, não esquecendo também das festividades juninas que também aquecem o comércio da cidade no meio do ano. Diversas empresas que informaram mudar o quadro de funcionários, disseram fazer uso de contratos nos meses de pico.

4.2 Estatística inferencial – perfil do empresário

O perfil do empresário nesta seção foi avaliado com base nos testes de correlação entre a variável “Risco” e as variáveis “Grupo de atividade”, “Criação de remuneração atrelada às metas de rentabilidade”, “Investimentos em programas de fidelização de clientes”, “Criação de novos canais de vendas”, “Corte de custos e redução do quadro de pessoal”, “Compras de mercadoria” e, por fim, com a variável “Aplicação do lucro líquido”.

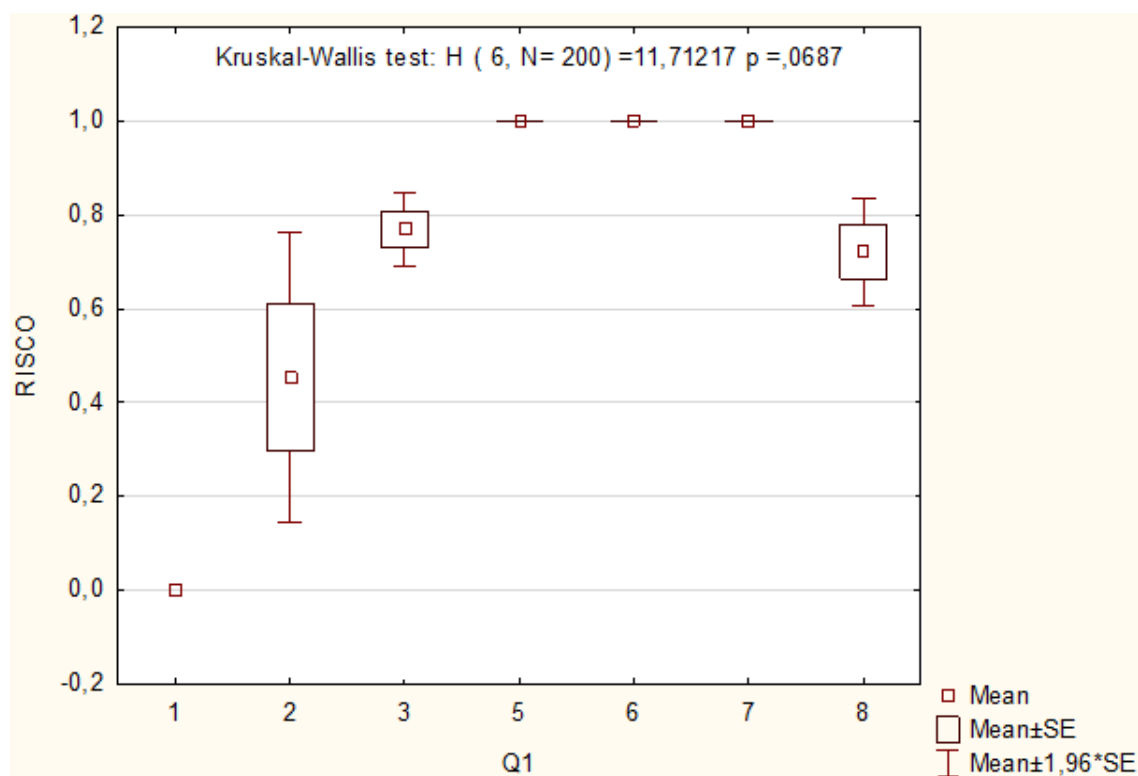
A variável “Risco” desta seção foi analisada com base nas respostas dos entrevistados para a questão de número 09 da etapa II, que realiza a suposição a cerca do ganho de um valor monetário extra com probabilidade de 10% de perda do total investido caso este seja revertido para a empresa e de 90% de quadruplicar o dinheiro caso ele também seja investido na empresa.

Para que a análise fosse realizada, como dito anteriormente, foi adotado o valor de $\frac{1}{4}$ do percentual de 100%, ou seja, 25% do total investido como sendo o percentual que se refere ao ponto de utilidade para o agente neutro ao risco, sendo assim, os indivíduos que optaram em investir menos que 25% do total do dinheiro obtido foram classificados como “avessos ao risco” e aqueles que decidiram investir mais que este valor percentual foram classificados como “amantes do risco”.

Para a realização dos testes, a variável “Risco”, em alguns gráficos, foi classificada como uma variável dicotômica onde foi adotado o algarismo “1” para aqueles que foram classificados como amantes do risco e “0” para aqueles que foram considerados como avessos.

O primeiro gráfico que segue abaixo, nos mostra a correlação existente entre o grupo de atividade da empresa e a posição de risco adotada pela empresa. Abaixo do gráfico têm-se a legenda para as atividades que enquadraram as empresas entrevistadas, que foram ordenadas no eixo horizontal, e o grau de risco foi analisado em percentuais no eixo vertical.

Gráfico 8: Análise de correlação para “Grupo de atividade” e “Risco”



Fonte: Elaboração própria

Legenda para o grupo de atividades:

1. Combustíveis e lubrificantes
2. Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo
3. Vestuário, calçados e tecidos
4. Móveis e eletrodomésticos⁷
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos
6. Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação

⁷ A legenda 4 não foi obtida no gráfico pelo fato de que não houve nenhuma entrevista realizada no seguimento de móveis e eletrodomésticos pela dificuldade de acessibilidade aos proprietários

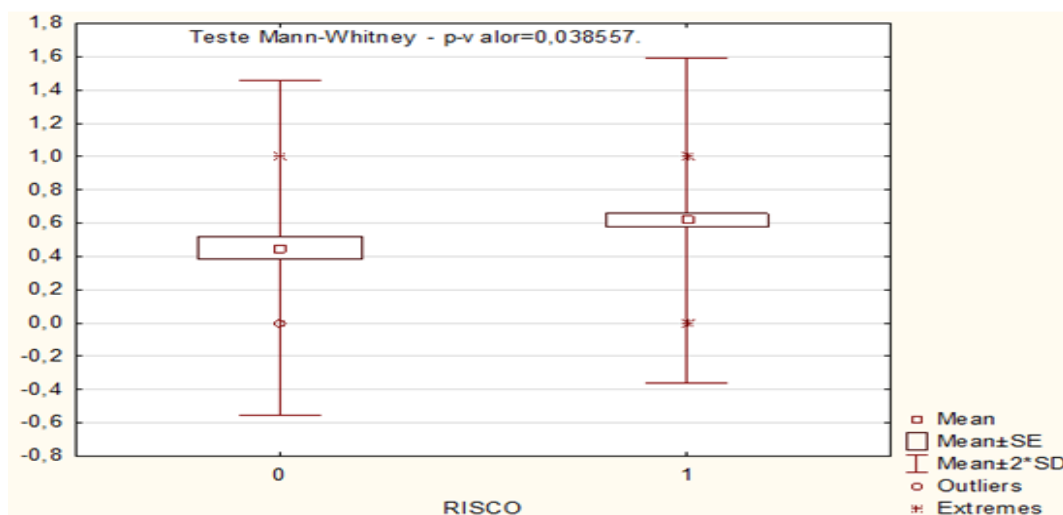
7. Livros, jornais, revistas e papelaria
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico

Com esta primeira análise foi verificado que o padrão de risco adotado pelo grupo de empresas de uma determinada atividade é significativamente diferente.

Apesar da pouca variabilidade, em alguns casos, verificou-se que apenas os empresários do segmento de combustíveis e lubrificantes adotam o posicionamento “avesso ao risco” no comércio da cidade, e que os proprietários de farmácias, perfumarias, livrarias e papelarias, adotam os maiores níveis de risco, no entanto, os empresários ligados aos demais seguimentos, como o de supermercados, vestuários e outros estabelecimentos de artigos de uso pessoal e doméstico também adotam postura significativa de risco no comércio.

O Box Plot que segue correlaciona as variáveis “Criação de remuneração atrelada às metas de rentabilidade” e “Risco”.

Gráfico 9: Análise de correlação para “Criação de remuneração atrelada às metas de rentabilidade” e “Risco”.

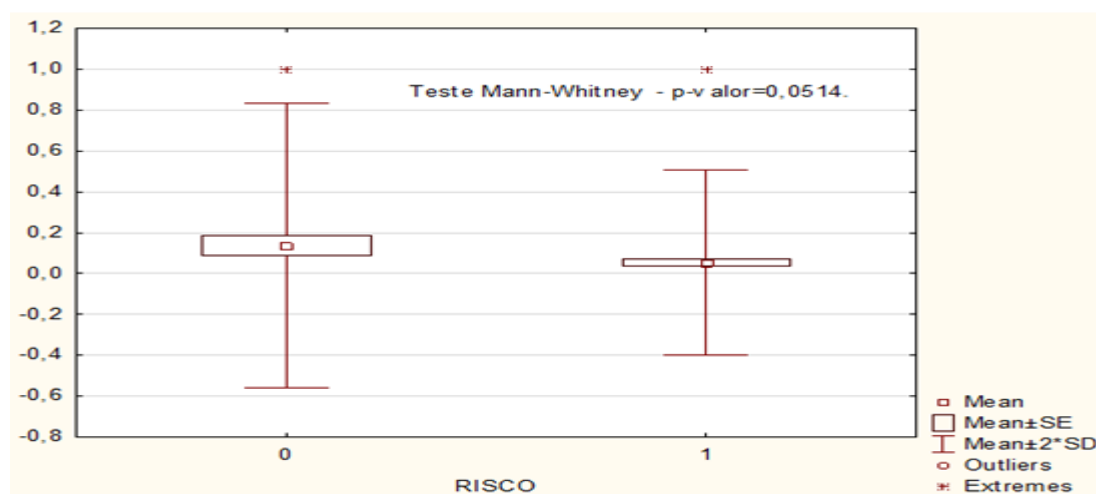


Fonte: Elaboração própria

O gráfico anterior reflete o quanto os empresários amantes ao risco também correspondem a grande maioria que se propõem a pagar remunerações extras aos seus funcionários como adicional por meta atingida, comissões, dentre outras.

O gráfico que segue correlaciona a variável “Investimentos em programas de fidelização de clientes” com a variável “Risco”.

Gráfico 10: Análise de correlação para “Investimentos em programas de fidelização de clientes” e “Risco”

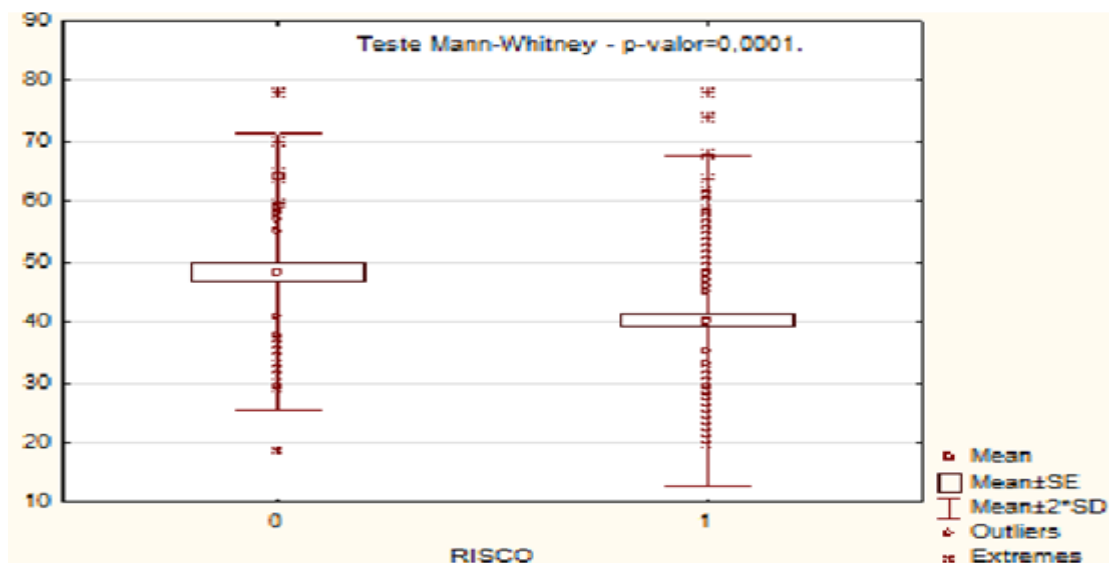


Fonte: Elaboração própria

O gráfico acima demonstra que os empresários com característica de serem amantes ao risco possui um percentual equivalente à zero por cento no que se refere a políticas de fidelização para clientes.

O gráfico seguinte analisa a correlação existente entre “Idade” do empresário e “Risco” assumido.

Gráfico 11: Análise de correlação para “Idade” e “Risco”

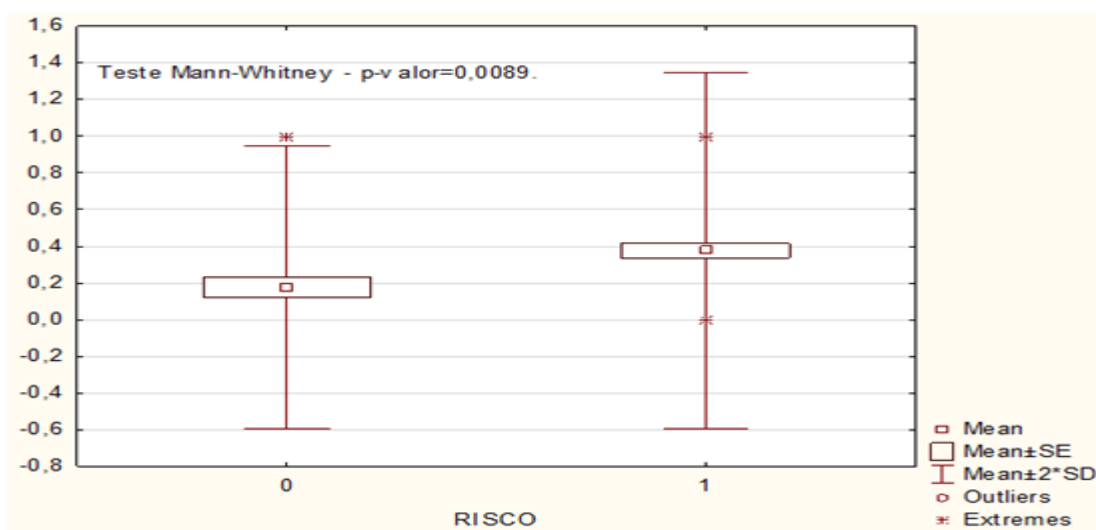


Fonte: Elaboração própria

O que se pode perceber neste gráfico é que os empresários mais novos apresentam uma maior tendência em adotar situação de risco.

Com relação a “Criação de novos canais de vendas” e “Risco”, o gráfico abaixo transcreve a correlação existente entre as duas variáveis.

Gráfico 12: Análise de correlação para “Criação de novos canais de vendas” e “Risco”

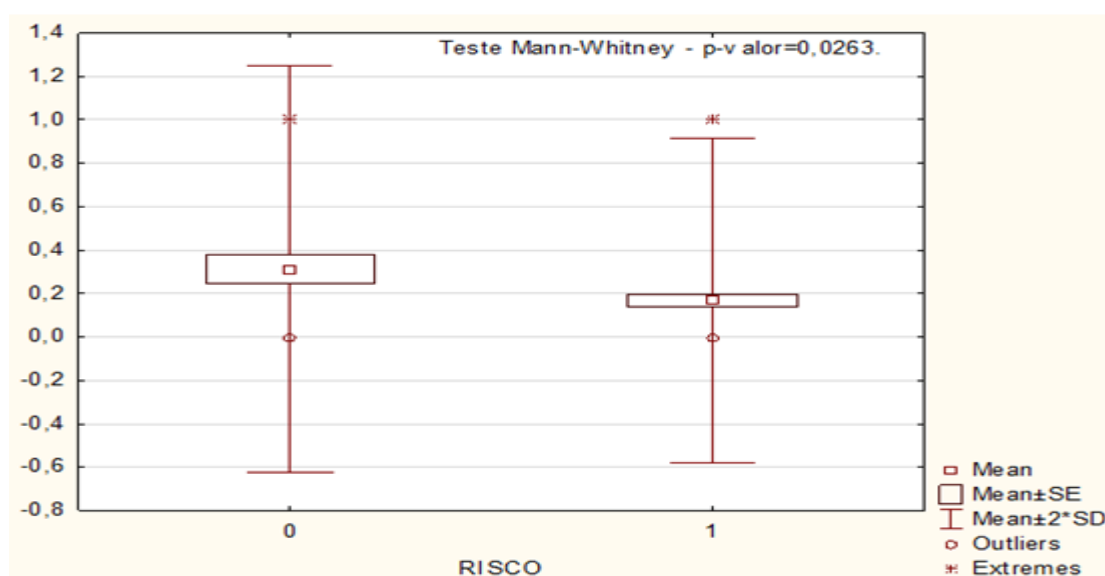


Fonte: Elaboração própria

O gráfico anterior mostra que o indivíduo propenso ao risco, tende a apresentar um maior uso de diferentes formas de comercialização para a venda de seu produto, sejam estas por internet, porta a porta, canais de representações, dentre outras.

O gráfico seguinte realiza a análise de correlação entre a variável “Corte de custos e redução do quadro de pessoal” e entre a posição de “Risco” adotada pelos empresários.

Gráfico 13: Análise de correlação para “Corte de custos e redução do quadro de pessoal” e “Risco”



Fonte: Elaboração própria

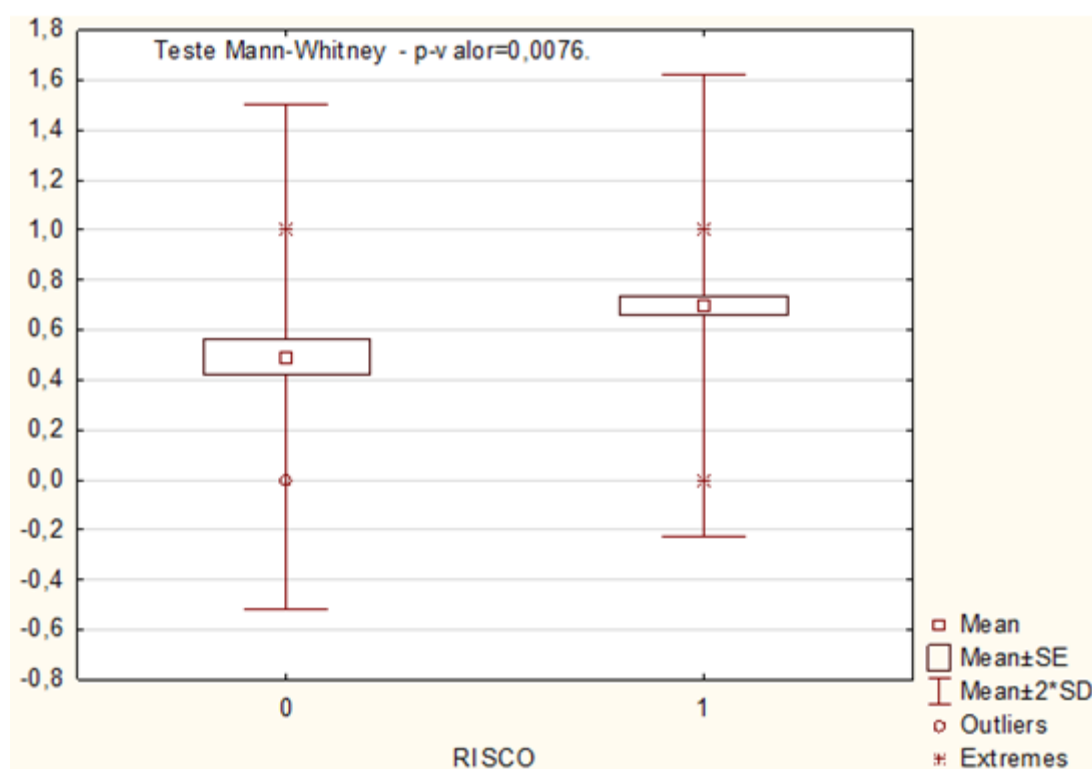
A análise gráfica mostra que o indivíduo propenso ao risco apresenta um menor percentual de cortes de custos e redução de funcionários como uma política de diminuição nos gastos.

A caracterização de incerteza no ambiente de negócios, tal como Knight adotou o termo para o mercado empresarial, também foi utilizado como caracterização de perfil para os empresários. Para aqueles que optaram manter estratégias com “incerteza”, outra simulação foi realizada⁸ com base na compra e venda de mercadoria, e as variáveis “Risco” e a incerteza na “Compra de Mercadoria” foram correlacionadas com o objetivo de entender se a relação existente entre a adoção de decisão com incerteza

⁸ Ver questionário aplicado em anexo (questão 08 – II etapa)

(comprar grandes quantidades de mercadoria acima da quantidade esperada de vendas) ou com o grau de utilidade para a caracterização de amante do risco, seriam positivas. O gráfico seguinte realiza a correlação entre as variáveis “Compra de Mercadoria” e “Risco”.

Gráfico 14: Análise de correlação para “Compra de mercadoria” e “Risco”

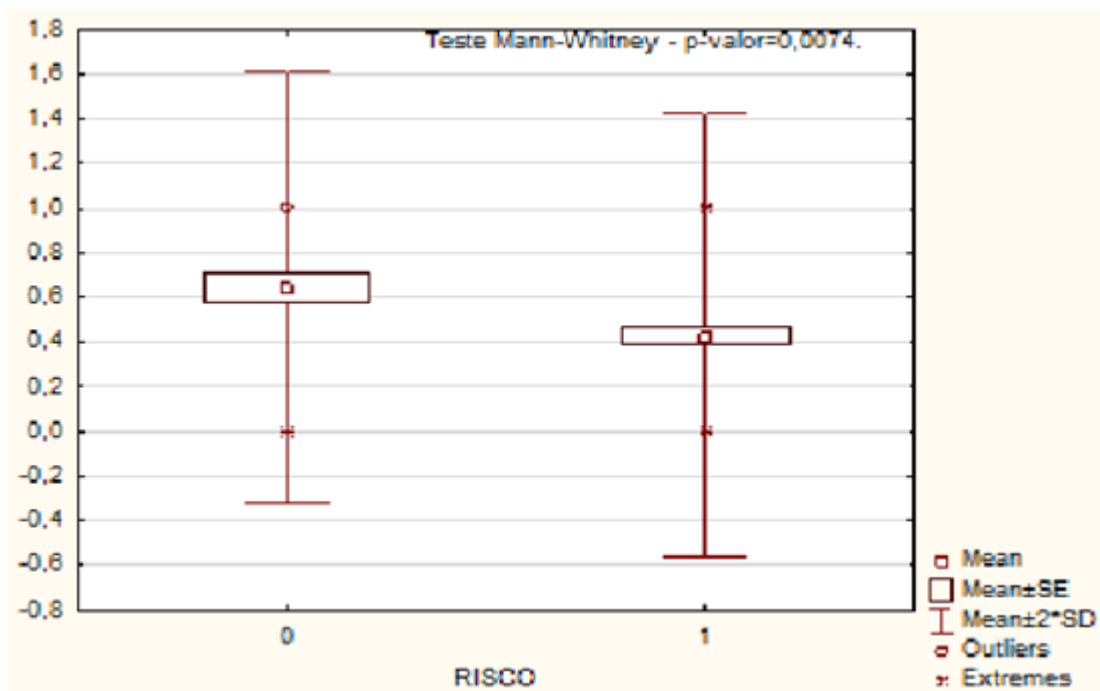


Fonte: Elaboração própria

O gráfico mostra que a posição de adotar uma postura onde a mercadoria é comprada em maior quantidade a um preço de custo menor, reflete uma característica de posição de risco entre os empresários que escolheram tal opção. Ao contrário daqueles que preferiram comprar quantidade de produto reduzida, mesmo com preço de custo maior, onde apresentou relação com a situação de ser avesso ao risco. Logo, tem-se que a relação foi positiva.

Por fim, o gráfico que segue analisa a correlação existente entre a “Aplicação do lucro líquido” dos empresários e a situação de “Risco” adotada.

Gráfico 15: Análise de correlação entre “Aplicação do lucro líquido” e “Risco”



Fonte: Elaboração própria

A análise gráfica demonstra que os empresários que não são propensos ao risco apresenta um maior percentual de aplicação do lucro líquido obtido através da empresa em outros setores a título de investimento. Esta análise pode estar ligada a questão de diversificação de investimentos, onde para reduzir-se a probabilidade de perda, é realizado investimentos em setores diversos.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho buscou realizar uma análise com relação ao perfil do empresário e do modelo de gestão adotado por estes. Em paralelo, o estudo equiparou os dados obtidos a algumas médias nacionais e realizou análises do modelo de gestão e de características dos empresários da cidade de Caruaru.

Através da análise realizada neste trabalho, percebe-se que a hipótese levantada de que a classe empresarial da cidade é caracterizada como sendo amante do risco e não cautelosa no momento de realizar a retirada de financiamento, foi confirmada em partes, pois 75% dos entrevistados, com base nas respostas para o questionário, foram classificados como amantes do risco, no entanto, outros 79% da totalidade dos entrevistados demonstraram ter extremo cuidado no momento de realizar empréstimos bancários.

Para obter esta resposta, inicialmente foram realizadas análises com relação ao perfil dos empresários e das micro e pequenas empresas e, posteriormente, os dados trabalhados enfatizaram a análise de modelo de gestão e perfil dos empresários que foram classificados como maioria perante a situação de “Risco”. Os dados trabalhados inicialmente na análise descritiva (Gênero, Idade, Risco, Grupos de atividades), teve como objetivo propiciar um melhor entendimento das análises de correlação que seguiriam mais adiante.

Para uma análise geral do perfil do empresário caruaruense obteve-se que os empresários correspondem em grande maioria ao sexo masculino (52%). No entanto, observou-se que o sexo feminino, encontra-se em boas taxas percentuais (48%), o que reflete que as taxas entre homens e mulheres que assumem seu próprio negócio são praticamente equivalentes. Estes percentuais retratam posicionamento diferenciado de acordo com os dados relatados pela pesquisa do GEM (2013), onde a taxa feminina sobrepõe-se a masculina a nível nacional, porém condiz com a realidade apontada de que no nordeste ocorre o inverso das taxas percentuais nacionais.

A idade média dos empresários da cidade de 42 anos foi a mesma que a média nacional para o ano de 2013 de acordo com dados do SEBRAE para os micro e pequenos empresários.

A classe empresarial da cidade foi classificada como sendo maioria (75%) “amante” do risco, isto é, possui utilidade maior em apostar quantidades maiores que obter o prêmio esperado, fazendo uso da Teoria da Utilidade Esperada de Neumann e Morgenstern, no entanto, de acordo com a análise minskyana, onde envolve a suposição de retirada de financiamento bancário, a grande maioria dos empresários adotam a postura Hedge (79%), pois preferem ter uma postura mais cautelosa no momento de fazer a retirada de um empréstimo, preferindo a situação de liquidez, ou seja, preocupar-se com o valor da parcela para que esta não ultrapasse o seu fluxo de rendimentos.

O maior nível de atividade considerado pela pesquisa foi a classificação de “vestuários, calçados e tecidos”, caracterização bastante difundida para a cidade perante cidades circunvizinhas e atividade visivelmente dominante na cidade.

Como caracterização do perfil empresarial de amantes ou avessos ao risco, a partir da análise de correlação entre a variável “Risco” e as demais escolhidas, pôde-se verificar que os seguintes pontos que seguem correlacionam-se com a caracterização do perfil amante do risco da classe empresarial:

- Os empresários ligados à comercialização de produtos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, juntamente com estabelecimentos que comercializam material de informática e comunicação, além das livrarias e papelarias apresentaram forte indicativo de perfil amante do risco;
- Empresários que possuem a preocupação de criar remunerações adicionais;
- Aqueles que não investem em políticas de fidelização de clientes;
- Possuem idade relativamente jovem;
- Criam diferentes formas de comercialização;
- Não possuem intensa preocupação com redução de custos e corte de pessoal;
- Preferem compras em maiores quantidades (mesmo que estas ultrapassem a quantidade esperada de vendas) com o objetivo de obterem menores preços de custo;

- Tendem a não realizar a diversificação de seus investimentos em outros setores que não seja na própria empresa

O modelo de gestão adotado para obter aumentos de receitas foi satisfatório, obtendo as empresas da cidade percentuais reduzidos apenas para as variáveis voltadas ao processo de capacitação de funcionários (26%) e criação de novos canais de vendas (33%).

Como forma de solucionar a primeira questão apontada, os empresários podem optar por acompanhar com maior intensidade o fluxo de palestras voltado a funcionários, bem como para os próprios empresários, oferecidos pelo SEBRAE, SENAC, dentre outras instituições, ou ainda, contratar profissionais que possam capacitar os funcionários da empresa para que exista um melhor rendimento dentre os funcionários.

A segunda questão apontada de forma negativa pode ser solucionada com a adoção por parte das empresas de um site que possa realizar vendas dos produtos a nível nacional, ou ainda promover a contratação de canais de representações, dentre outras formas que possibilitem vendas não apenas dentro do próprio estabelecimento comercial.

Para a análise realizada que enfatiza a gestão que objetiva a redução de custos e despesas, pode-se observar que, decisões envolvendo importação de produtos e participação de compras coletivas com o objetivo de reduzir custos, não são práticas comumente utilizadas pelos empresários, no entanto, a classe empresarial preocupa-se com a obtenção de boas formas de pagamentos envolvendo juros e prazos e tem a preocupação de obter o produto a bons preços de custos, promovendo pesquisas dentre fornecedores. As empresas também mostraram obter preocupação com relação à movimentação do caixa, onde 64% disseram manter organização para datas de pagamentos e recebimentos, fator que contribui para a redução de multas e juros ocasionados por pagamentos realizados fora do prazo, reduzindo despesas. Um fator apontado de forma negativa foi a pouca preocupação por parte dos empresários em promover uma política de corte de custos e redução do quadro de pessoal.

No entanto, como exposto anteriormente, a questão de não realizar redução no quadro de funcionários pode não apontar um dado negativo dada a intensa comercialização existente na cidade de Caruaru, no entanto, torna-se preocupante o fato de que as empresas não possuam uma política de redução de custos. Para esta questão, dentre outras implicações, cabe a ressalva de que as empresas podem estar trabalhando com custos reduzidos devido à grande dinâmica comercial da cidade, fato que pode ter originado uma evolução neste tipo de estratégia fazendo com que os gastos estejam reduzidos ao limite para muitas delas, outra explicação pode ser a de que as empresas não estão dando a devida importância a redução de custos por não saberem realizar o cálculo de custo embutido na mercadoria e por este motivo, não terem a real noção do custo existente.

Sendo assim, com este trabalho, também fica proposto às empresas uma busca por informações acerca do conhecimento da constituição do custo da mercadoria, envolvendo tributos, taxas envolvidas no pagamento de vendas no cartão, dentre outras. Muitos cursos também são oferecidos nesta área com o objetivo de esclarecer a classe empresarial e são também palestrados gratuitamente.

Para estas discussões tratadas e analisadas como pontos negativos, trata-se de objetivo futuro da autoria do trabalho, realizar pesquisas com base no tocante de avaliação com relação a busca do empresariado em entender a formulação dos custos da empresa, de forma que estes possam ser tratados de forma minimizada para o aumento da lucratividade da empresa agregando crescimento e desenvolvimento a classe empresarial da cidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

BRASIL. Lei Complementar Nº 123, de 14 de Dezembro de 2006. *Cap. II, Art. 3, Parágrafo I e II e Cap. IV, Seção III, Art. 18-A, § 1º*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. Acesso em: 12 de Março de 2014.

CAMARGOS, Luís Rogério de. Fundamentos para uma teoria de expectativas econômicas. 2004. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/1910/TD138.pdf;jsessionid=C953FC7B486DD7F78F1165BF5326F69A?sequence=1>>. Acesso em: 22 de Janeiro de 2014.

CUSINATO, Rafael Tiecher. Teoria da decisão sob incerteza e a hipótese da utilidade esperada: conceitos analíticos e paradoxos. Porto Alegre - RS, 2003. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1961/000362539.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 28 de Janeiro de 2014.

DELOITTE. A receita da rentabilidade para expandir os negócios: um estudo sobre as PMEs que mais crescem no Brasil. 2012. Disponível em: <<http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Brazil/Local%20Assets/Documents/Estudos%20e%20pesquisas/PMESMaisCrescem2011.pdf>>. Acesso em: 27 de Maio de 2012.

ECONOMIA E NEGÓCIOS. Agreste tem 2º maior polo têxtil do País. 06 de Janeiro de 2013. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,agreste-tem-2-maior-polo-textil-do-pais,981078,0.htm>> Acesso em: 13 de Março de 2014.

FORTEC. A agenda de inovação das micro e pequenas empresas e o desenvolvimento da cadeia de fornecedores. V Fórum nacional de gestores de inovação e transferência de tecnologia. Salvador – BA, Abril de 2011. Disponível em: <http://www.fortec-br.org/vfortec/download/fortec/28/28_04_2011_Mesa%20Mobilizacao%20empresarial%20pela%20inovacao_Enio%20Pinto.pdf> Acesso em: 12 de Março de 2014.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. 2013. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2806>> Acesso em: 12 de Março de 2014.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE Cidades. Infográficos: despesas e receitas orçamentárias e PIB - 2013. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/economia.php?lang=&codmun=260410&search=pernambuco|caruaru|infograficos:-despesas-e-receitas-orcamentarias-e-pib>>. Acesso em: 12 de Março de 2014.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE Cidades. Infográficos: evolução populacional e pirâmide etária - 2010. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=260410&search=pernambuco|caruaru|infograficos:-evolucao-populacional-e-piramide-etaria>. Acesso em: 12 de Março de 2014.

KNIGHT, Frank H. Risco, incerteza e lucro. Tradução: Hunfredo Cantuária. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

LAMBDA, Maxwell. Funções Utilidade. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/6447/6447_6.PDF> Acesso em: 30 de Janeiro de 2014.

LOURENÇO, André Luís C. de. O pensamento de Hyman P. Minsky: alterações de percurso. 2005. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2005/artigos/A05A009.pdf>> Acesso em: 27 de Janeiro de 2014.

MICELLI, *et al.* Dos ajustes aos choques externos – A postura político-financeira do estado brasileiro no período 1967-84 à luz da Teoria Minskyana. Pág. 185. Debates políticos e econômicos contemporâneos: a interdependência local-global/ Thales Castro (organizador). Olinda – PE: Livro Rápido, 2008.

REATO, Marcelo Nóbrega. Análise do viés comportamental em relação ao risco de compra e venda de ações: um estudo do efeito disposição para diferentes pontos de referência. Florianópolis - SC, 2007. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia294124>> Acesso em: 30 de Janeiro de 2014.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Pequenos negócios no Brasil. 2013. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/indicadores/apresentacao_mpe_indicadores.pdf>. Acesso em: 12 de Março de 2014.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Sobrevivência das empresas no Brasil. 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/sobrevivencia/taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil/sobrevivencia/>>. Acesso em: 23 de Janeiro de 2014.

ANEXOS

ANEXO 1: QUESTIONÁRIO APLICADO

ANÁLISE DO EMPRESARIADO CARUARUENSE

O questionário que segue é dividido em duas etapas, onde a primeira poderá ser respondida pelo proprietário ou pelo gerente responsável e a segunda é voltada apenas ao proprietário. Esta pesquisa tem o objetivo de analisar o perfil dos empresários do comércio da cidade de Caruaru e mostrará a existência ou não de eventuais necessidades de mudanças - e como se dariam estas mudanças - no comportamento dos empresários da cidade visando um melhor crescimento e desenvolvimento do comércio na cidade. Os interessados em visualizar os resultados da análise poderão acessar o site <http://empresarios-caruaruenses.webnode.com/>.

Obs.: Este questionário deverá ser respondido apenas uma vez. É voltado para empresas do comércio e do setor de bens que apresentem receita bruta anual correspondente ao valor MAIOR que R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) e INFERIOR ou IGUAL à R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

Att.,
JESSICA Monteiro*

*Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Pernambuco

I ETAPA

1. Em qual grupo de atividade se enquadra a empresa?

- () Combustíveis e lubrificantes;
- () Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo;
- () Vestuário, calçados e tecidos;
- () Móveis e eletrodomésticos;
- () Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos;
- () Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação;
- () Livros, jornais, revistas e papelaria;
- () Outros artigos de uso pessoal e doméstico.

2. A empresa promove cursos de capacitação para os funcionários?

SIM () NÃO ()

3. Assinale o(s) item(ns) praticado(s) com o objetivo de fortalecer os laços entre o cliente e a empresa:

- ☐ São enviados aos clientes catálogos fazendo a divulgação de novos produtos lançados;
- ☐ São enviados convites para a presença dos clientes na inauguração do lançamento de uma nova coleção de produtos;
- ☐ São utilizados sites ou mídias sociais como o Twitter, Facebook, Flickr, Orkut, dentre outros, para promover uma constante relação entre aqueles que já são clientes bem como para a busca de novos possíveis compradores;
- ☐ A empresa pratica outro(s) método(s) de fortalecimento de laços entre o cliente e a empresa;
- ☐ A empresa não pratica nenhum método de fortalecimento entre a relação cliente e empresa.

4. Os funcionários recebem alguma remuneração, além do salário, que está ligada a metas? Como exemplos destes ganhos adicionais, podem ser citados: comissões, participações nos lucros, adicional por meta atingida, dentre outros.

SIM ☐ NÃO ☐

5. Assinale o(s) tipo(s) de programa(s) de fidelização de clientes adotado(s) pela empresa:

- ☐ Os clientes são avisados quando um produto do seu interesse chega em estoque;
- ☐ Os clientes possuem fácil acesso à comunicação com a empresa na tentativa de solucionar problemas de questões de insatisfação;
- ☐ Existe a prática do uso de cartões de fidelização, onde à cada nova compra o cliente poderá ganhar uma bonificação;
- ☐ A empresa possui outro(s) programa(s) de fidelização para clientes onde se busca saber as necessidades de cada cliente para satisfazê-los;
- ☐ A empresa não possui nenhuma prática de programa de fidelização para clientes.

6. Com relação ao tipo de comercialização, a empresa trabalha com:

- ☐ Uma boa diversificação de tipos de produtos;
- ☐ Aposta em apenas de um a três tipos de produtos

II ETAPA

1. Sexo do entrevistado: () Feminino () Masculino

2. Idade do entrevistado: _____

3. É realizado o uso de diferentes formas de comercialização, tais como: vendas por internet, porta a porta, uso de catálogos, canais de representações, dentre outros?

SIM () NÃO ()

4. Assinale a(s) alternativa(s) adotada(s) para promover(em) a redução de custos:

- () Pesquisa na compra de produtos e/ou serviços através dos fornecedores como forma de encontrar os menores preços;
- () Redução de quadro de funcionários;
- () Participa de compras coletivas com outros empresários de forma a obter o produto e/ou serviço por um preço a baixo do mercado;
- () A empresa trabalha com a importação de produtos quando no mercado nacional não se tem a garantia de menores custos;
- () A empresa opta por outras formas de redução de custos;
- () A empresa se preocupa pouco com a redução de custos;
- () A empresa não se preocupa com a redução de custos.

5. Na busca de melhores formas de pagamentos, classifique em 1º, 2º E 3º LUGAR os três itens avaliados na hora de realizar um novo acordo financeiro:

() Prazo () Juros () Valor da Parcela

6. Com relação às renegociações de dívida ativa bancária ou de fornecedores, a empresa:

- () Opta pela renegociação como forma de buscar redução nos juros e aumento de prazos, de forma que o novo acordo favoreça a empresa;
- () Aceita o que o fornecedor, banco e/ou demais instituições financeira propõem sem pedidos de redução de juros, prolongamentos de prazos, dentre outros interesses da empresa.

7. A empresa programa as datas de pagamentos com as datas em que será recebido dinheiro em fluxo de caixa?

SIM () NÃO ()

8. Suponha que a quantidade ESPERADA de vendas de um de seus produtos para o mês de dezembro seja de 40 MIL PEÇAS. O preço de custo deste produto é de R\$ 11,00. No entanto, caso seja realizada a compra de 65 mil peças, o preço de custo do produto cairá para R\$ 8,00. Assinale a opção que você escolheria:

- () Compraria as 40 mil peças, pois se baseando na quantidade vendida dos anos anteriores, não arriscaria em comprar uma quantidade muito superior a que acredita que será vendida no ano em questão;

() Compraria as 65 mil peças com o objetivo de auferir um maior lucro por peça, acreditando na possibilidade de que no ano em questão ocorreria um aumento na quantidade vendida para o mês de dezembro.

9. Você acabou de receber certa quantia em dinheiro e pode distribuí-la de diversas maneiras. Porém, a possibilidade de que esta quantia seja multiplicada por quatro vezes caso seja investida em sua empresa é de 90%, no entanto, a possibilidade de que seja perdido todo o dinheiro é de 10%. Desta forma, quantos por centos do valor recebido da herança você pretende investir em seu negócio? _____

10. Você realiza investimentos com o lucro líquido advindo da empresa nos setores de:

() Terrenos e imóveis;

() Investimentos Financeiros;

() Outros;

() No momento não é realizada a aplicação do lucro líquido em outros setores a título de investimento.

ANEXO 2: EMPREENDEDORES INICIAIS – GEM (2013)

Tabela 1: Distribuição dos empreendedores iniciais (em %) segundo características sociodemográficas – Brasil e regiões - 2013

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	BRASIL	NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
Gênero						
Masculino	47,8	43,4	50,9	43,5	48,8	43,2
Feminino	52,2	56,6	49,1	56,5	51,2	56,8
Faixa etária						
18-24 anos	17,1	16,3	18,7	19,7	16,3	16,3
25-34 anos	33,1	32,3	33,4	34,3	33,6	30,2
35-44 anos	25,8	26,4	24,1	22,1	26,9	26,2
45-54 anos	17,1	17,5	18	16,3	15,8	20,9
55-64 anos	7	7,7	5,7	7,6	7,4	6,4
Grau de escolaridade						
Menor que segundo grau completo	50,9	51	41,9	55,2	52,6	58,4
Segundo grau completo	35,1	33,2	42,1	27,6	35,3	26,1
Maior que segundo grau completo	14	15,8	15,9	17,2	12,1	15,5
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	61,6	73,4	66	62	58,2	58,9
3 a 6 salários mínimos	28,6	18,9	26,7	27,5	30,1	33,3
6 a 9 salários mínimos	5,92	5,53	5,21	3,32	7,05	4,21
Mais de 9 salários mínimos	3,94	2,17	2,08	7,2	4,71	3,53

Fonte: Elaboração com base nos dados da pesquisa GEM - Empreendedorismo no Brasil, 2013. Pág. 9. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2806>. Acesso em 12/03/2014.

ANEXO 3: EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS – GEM (2013)

Tabela 2: Distribuição dos empreendedores estabelecidos (em %) segundo características sociodemográficas – Brasil e regiões - 2013

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	BRASIL	NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
Gênero						
Masculino	57,8	55,9	56,8	56	58,8	58,8
Feminino	42,2	44,1	43,2	44	41,2	41,2
Faixa etária						
18-24 anos	5,3	3,9	4,7	5,8	5,1	7,3
25-34 anos	20	17,4	20	22,9	19,7	20,4
35-44 anos	27,5	34,1	29,8	27,5	26,5	23,9
45-54 anos	30,4	30,2	31,3	25,3	30,6	32,3
55-64 anos	16,7	14,4	14,2	18,5	18,1	16
Grau de escolaridade						
Menor que segundo grau completo	58,5	62,1	53,8	63,3	59,2	59,6
Segundo grau completo	29,4	28,2	35,9	23,5	28,2	27
Maior que segundo grau completo	12	9,7	10,3	13,2	12,6	13,4
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	57,6	64,2	67,8	62,4	50,5	54,1
3 a 6 salários mínimos	32,2	25,1	24,9	27,9	37,5	35,6
6 a 9 salários mínimos	5,5	5,3	4,47	4,51	6,33	5,61
Mais de 9 salários mínimos	4,73	5,34	2,83	5,24	5,68	4,7

Fonte: Elaboração com base nos dados da pesquisa GEM - Empreendedorismo no Brasil, 2013. Pág. 10. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2806>>. Acesso em 12/03/2014.

ANEXO 4: EMPREENDIMENTOS INICIAIS – GEM (2013)

Tabela 3: Distribuição dos empreendedores iniciais (em %) segundo características dos empreendimentos – Brasil e regiões - 2013

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS	BRASIL	NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0	0	0	0	0	0
Novo para alguns	1,2	0	1,4	0,7	1	2,9
Ninguém considera novo	98,8	100	98,6	99,3	99	97,1
Concorrência						
Muitos concorrentes	63,3	58,1	60,2	73,9	63,8	63,7
Poucos concorrentes	29,6	35,6	33,5	19	28,5	29,9
Nenhum concorrente	7,1	6,3	6,3	7,1	7,7	6,4
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,6	99,1	98,5	98,2	98,7	98
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1	0,9	0,8	1,5	1	1,2
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,4	0	0,7	0	0,3	0,8
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0	0	0	0,3	0	0
Empregados atualmente						
Nenhum	66,1	60,8	0	76,7	70,6	72,6
1 Empregado	17,8	16	26,7	9	16,6	13,4
2 Empregados	8,9	13	14	4,7	7	7,8
3 Empregados	1,9	3,3	1,8	1,7	1,6	2,2
4 Empregados	1,8	3,4	2,3	2,7	1,3	1
5 ou mais empregados	3,5	3,6	4,7	5,1	2,9	3
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	76,5	66	72,3	88,5	77,4	80,8
1 Emprego	3,5	6,1	7,6	1,6	1,7	3,1

2 Empregos	6,3	10,3	8,7	3	5,3	5,3
3 Empregos	3,2	4,4	2,9	2,4	3,4	2,4
4 Empregos	2,2	3,8	1,1	0,3	2,7	1,8
5 ou mais empregos	8,3	9,3	7,3	4,1	9,5	6,5
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0	0	0	0	0	0
Entre 1 a 5 anos	0,5	0	1,1	0,7	0,2	1
Mais de 5 anos	99,5	100	98,9	99,3	99,8	99
Faturamento						
Até R\$ 60.000,00	67,1	50,7	66,1	87,7	65,2	75,6
De R\$ 60.000,01 a R\$ 360.000,00	2,9	2,5	1,8	2,6	3,8	1,3
De R\$ 360.000,01 a R\$ 3.600.000,00	0,6	0,3	0,7	0	0,8	0
Acima de R\$ 3.600.000,00	0,8	6,4	0	0	0,5	0
Ainda não faturou nada	28,7	40	31,4	9,8	29,7	23,1

Fonte: Dados extraídos de GEM - Empreendedorismo no Brasil, 2013. Pág. 12. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2806>>. Acesso em 12/03/2014.

ANEXO 5: EMPREENDIMENTOS ESTABELECIDOS – GEM (2013)

Tabela 4: Distribuição dos empreendedores estabelecidos (em %) segundo características dos empreendimentos - Brasil e regiões - 2013

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS	BRASIL	NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novo para todos	0	0	0	0	0	0
Novo para alguns	0,3	0	0	1,1	0,3	0,3
Ninguém considera novo	99,7	100	100	98,9	99,7	99,7
Concorrência						
Muitos concorrentes	70	72,7	64,4	82,1	72,5	62,2
Poucos concorrentes	24,2	23	29,2	15,2	22,3	28
Nenhum concorrente	5,8	4,3	6,4	2,6	5,2	9,8
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	98,9	98,2	99,2	99,5	98,4	99,7
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	1	1,8	0,4	0,3	1,6	0,3
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0	0	0	0	0	0
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0,1	0	0,4	0,3	0	0
Empregados atualmente						
Nenhum	66,3	60	50,3	77	73	67,6
1 Empregado	16,6	16	30,1	11	11,7	13,2
2 Empregados	6,1	8,3	8,5	5,5	4,1	7,5
3 Empregados	3,1	4,8	2,1	0,6	3,9	3
4 Empregados	2,4	0,4	3,1	1,8	2,2	2,7
5 ou mais empregados	5,6	10,4	5,9	4,1	5,1	6
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	55,5	49,3	42,8	63,9	60,4	59,9
1 Emprego	11,7	9,5	16,2	11,7	9,3	12,3

2 Empregos	11,5	15,4	18,4	5,8	8,2	11,5
3 Empregos	5,1	4,9	5	6,5	5,7	3
4 Empregos	3	4,6	4,3	3,6	2,2	2,2
5 ou mais empregos	13,2	16,3	13,4	8,5	14,2	11,2
Idade da Tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0	0	0	0	0	0
Entre 1 a 5 anos	0,1	0	0	0,3	0	0,6
Mais de 5 anos	99,9	100	100	99,7	100	99,4
Faturamento						
Até R\$ 60.000,00	92,8	83,7	93,8	95	92,6	94
De R\$ 60.000,01 a R\$ 360.000,00	5,4	6,8	5,5	5	5,4	4,9
De R\$ 360.000,01 a R\$ 3.600.000,00	1,1	0,4	0,7	0	1,7	1,1
Acima de R\$ 3.600.000,00	0,7	9,2	0	0	0,3	0
Ainda não faturou nada	0	0	0	0	0	0

Fonte: Dados extraídos de GEM - Empreendedorismo no Brasil, 2013. Pág. 13. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2806>>. Acesso em 12/03/2014.