

Análise do Potencial de Crescimento das Micro e Pequenas Empresas (MPes) Brasileiras

Denilson Aparecida Leite Freire

Prof. Dr. Universidade Federal de Uberlândia

denilson.freire@hotmail.com

Resumo: Esse estudo visa contribuir para uma melhor compreensão da gestão nas MPes, através da sugestão de um modelo de mensuração do potencial de crescimento dessas empresas no Brasil. Para isso, o artigo teve como objetivo investigar e classificar o potencial de crescimento das Micro e Pequenas Empresas (MPes) no Brasil. Foi realizada uma *Survey* e os dados revelaram que há quatro possíveis classificações de potencial de crescimento: Não crescimento, Baixo Crescimento, Em Crescimento e Alto Crescimento. Os resultados apontam que o potencial de crescimento pode estar relacionado com a questão da maior escolaridade, maior faixa etária, maior número de funcionários, entre os cargos de alta cúpula e nos setores de comércio e serviço. Não parece haver distinção de gênero em relação ao potencial de crescimento das MPes.

Palavras-Chaves: Potencial de Crescimento. Micro e Pequenas Empresas. Análise Cluster.

1. Introdução.

Sabe-se que é crescente a participação das micro e pequenas empresas na estrutura econômica brasileira. Segundo o Anuário do Trabalho das Micros Pequenas e Médias Empresas, Elaborado pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa) e pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudo Socioeconômicos (DIEESE), entre 2002 e 2012, o número de donos de micro e pequenas empresas (MPE's) e de trabalhadores autônomos passou de 20,2 milhões para 23,1 milhões, demonstrando que é cada vez maior a participação dessas empresas no fortalecimento da economia brasileira (SEBRAE; DIEESE, 2013).

Segundo os dados do Anuário do Trabalho da Micro e Pequena Empresa (2013), entre 2002 e 2012, o crescimento médio do número de MPES foi de 2,7% ao ano. As micros e pequenas empresas abriram 6,6 milhões de vagas com carteira assinada, elevando o total de empregos nessas empresas de 9,5 milhões de postos de trabalho (em 2002), para 16,2 milhões (em 2012) de acordo com o SEBRAE e DIEESE (2013).

Apesar do número crescente de MPes na economia, muitas não conseguem sobreviver aos primeiros anos de existência. Dentre as principais causas de mortalidade das empresas, na opinião dos micro e pequenos empresários estão: a falta de clientes (18%), a falta de capital (10%) e problemas relacionados com a administração e o planejamento (10%), evidenciando que os dois primeiros fatores estão intrinsecamente relacionados com o terceiro (SEBRAE/SP, 2010).

O planejamento é considerado uma primeira etapa para aqueles que pretendem abrir e gerir, eficazmente, um empreendimento. Então, em última instância, a visão dos proprietários pode ser o determinante de uma estratégia que irá contribuir, ou não, para o crescimento da organização.

Na literatura encontram-se trabalhos que relacionam a visão do proprietário com o desempenho e crescimento organizacional. Barringer et al. (2005) realizaram uma análise de conteúdo das descrições e narrativas de 50 empresas de crescimento rápido em comparação

com 50 empresas de crescimento lento nos Estados Unidos (EUA). As conclusões do estudo resultou no avanço de um modelo conceitual dos atributos que permitem um rápido crescimento das empresas: características do fundador, os atributos da empresa, as práticas de negócios e as práticas de gestão de pessoas (BARRINGER et al., 2005).

Dessa forma, quando se trata de estratégia de gestão de micro e pequenas empresas, os proprietários são, geralmente, os responsáveis pelas decisões mais importantes, uma vez que a estrutura de propriedade é formada por um número menor de acionistas. Nesse sentido, a visão do proprietário pode afetar o potencial de crescimento dessas organizações (TOCHER; RUTHERFORD, 2009).

Analisando-se a relação entre a visão do proprietário e o potencial de crescimento das organizações, Davidsson et al. (2009) concordam que elas possuem interdependências positivas. Eles argumentam que os proprietários devem se preocupar mais em realizar análises futuras de crescimento baseadas na existência de mercado e nos recursos organizacionais para suportar o crescimento das suas empresas. Essa perspectiva difere de algumas práticas atuais de análise do crescimento dessas empresas, cujo foco estão apenas nas análises de dados financeiros históricos (DAVIDSSON et al., 2009).

A maioria das variáveis que medem o crescimento organizacional são baseadas em dados financeiros passados, tais como faturamento bruto anual. Existem, contudo, outras medidas poderiam ser acrescentadas à análise do potencial de crescimento, como as que se baseiam no crescimento médio do número de colaboradores e na expectativa de crescimento na percepção dos empresários e nos recursos organizacionais para suportar esse crescimento. Essas novas variáveis são, ainda, poucos utilizadas, mas podem contribuir para o entendimento dos fatores que afetam o potencial de MPE's no Brasil (RUTHERFORD et al., 2004).

Nesse sentido, esse artigo teve como objetivo investigar e classificar o potencial de crescimento das Micro e Pequenas Empresas (MPes) no Brasil. Para isso optou-se por agregar às métricas de desempenhos financeiros passados às métricas que cruzam a dimensão da orientação de crescimento futuro da organização; os recursos organizacionais para suportar esse crescimento e existência da oportunidade de mercado (DAVIDSSON et al., 2009). Assim, o potencial foi mensurado, então, no cruzamento de variáveis passadas e futuras que consiste na idade atual da organização, no crescimento do número de empregado (IBGE, 2010) e na percepção do nível de crescimento do proprietário (RUTHERFORD et al., 2004).

Para a teoria, espera-se que esse trabalho possa proporcionar uma contribuição original aos estudos sobre o potencial de crescimento de MPes no Brasil, uma vez que há poucas pesquisas, no Brasil, sobre as estratégias de crescimento utilizadas pelas pequenas e médias empresas (PME), constituindo-se, assim, em uma oportunidade de estudo (LIMA, 2010).

Para as empresas, a expectativa é que esse trabalho possa traçar um perfil do potencial de crescimento das MPes, por meio da análise cluster, indicando as características das MPes que mais crescem no Brasil. Esses resultados podem auxiliar na compreensão de que forma essas empresas se distribuem em relação ao potencial de crescimento, podendo fornecer pistas de como melhor gerenciá-las.

2. Referencial Teórico.

2.1 Definição e Caracterização da Micro e Pequena Empresa (MPE).

Na academia não existe um modelo único que defina e caracterize o porte das organizações. A maioria das tentativas de definição foi feita, pelos países em geral, como elemento de base para a elaboração de políticas públicas como forma de receberem tratamento diferenciado em função do tamanho das organizações (FILION, 1991). Esse processo propiciou, desta forma, a uma grande variação de definições de acordo com os interesses sociais, políticos ou econômicos de cada país.

Ocorre ainda que, dentro de um mesmo país, as políticas governamentais se desenvolvem diferentemente nos níveis federal, estadual e municipal. Há também pessoas, grupos ou organizações que se utilizam de tipos diferentes de definição de acordo com seus próprios interesses. Esses fatores acabam por gerar uma multiplicidade de definições de micro, pequenas e médias empresas (MPes), como ocorre no caso brasileiro (LIMA, 2001).

Em nível federal há algumas legislações específicas para caracterizar a micro e pequena empresa. O Estatuto da Micro e Pequena Empresa (BRASIL, 1999), a Lei 9.841/1999 atualizada pelo Decreto 5.028/2004, a Lei do SIMPLES (BRASIL, 1996), número 9.732 de 1998, cujos limites foram atualizados pela Medida Provisória 275/05 e o Decreto 3.474, de 2000, que regula o processo de Exportação (BRASIL, 2000), definem a micro e pequena empresa baseada na receita operacional bruta anual. A classificação de porte de empresa adotada pelo BNDES é aplicável a todos os setores da economia e utiliza, também, o critério de faturamento anual. Ele define a micro e pequena empresa como aquelas organizações com receita operacional bruta anual até 16 milhões.

A resolução 59/1998 referente à tarifação fiscal aos países participantes do MERCOSUL, utiliza-se de dois critérios para a definição das Mais. O primeiro diz respeito à receita operacional bruta anual e que classifica a micro e pequena empresa como aquelas que possuem tal receita variando entre 400 mil a 3,5 milhões no ramo industrial e de 200 mil a 1,5 milhões nas atividades de comércio e serviço. O segundo critério baseia-se no número de empregados e define a micro e pequena empresa como aquela que possui de 1 a 40 empregados no setor da indústria e de 1 a 30 nos setores comerciais e de serviços (MERCOSUL, 1998).

Já o SEBRAE (2010) também traz uma caracterização para o porte das empresas, utilizando-se do critério de número de pessoas ocupadas. Para esses órgãos, as micro e pequenas empresas são aquelas que possuem de 0 a 99 funcionários no ramo industrial e de 0 a 49 empregados nas atividades de comércio e serviço.

Além das variações de classificação de porte que ocorrem dentro de um país, o mesmo fenômeno é observado dentro de um mesmo órgão. Nos seus relatórios estatísticos do IBGE (2010) encontram-se definições que variam de acordo com o segmento econômico estudado. Em um relatório que faz a análise econômica das micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil (IBGE, 2003), a micro empresa é definida como aquela que possui até 5 pessoas ocupadas; a pequena empresa possui de 6 a 19 empregados e as médias e grandes empresas (em conjunto) são classificadas como aquelas que possuem mais de 20 indivíduos ocupados. O mesmo órgão, entretanto, ao participar de uma pesquisa sobre a demografia das empresas brasileiras em 2008, adotou a definição da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)¹ segundo a qual empresas com 1 a 9 pessoas ocupadas são consideradas microempresas, empresas com 10 a 49 pessoas são consideradas pequenas, com 50 a 249 pessoas, médias, e, por fim, com 250 ou mais pessoas, empresas de grande porte (SCHMIEMANN, 2006). Diante dessa multiplicidade de definições torna-se complexo efetuar comparações e analogias entre as pesquisas existentes em um mesmo país ou entre países, devendo-se, por isso, analisá-las individualmente.

Dessa forma, torna-se necessário estabelecer um critério base para levantamento e análise de dados nesse artigo. Como a grande maioria das pesquisas disponíveis e encontradas sobre micro e pequenas empresas, durante a etapa de levantamento bibliográfico, baseou-se nos critérios utilizados pelo SEBRAE (2010) e/ou pelo IBGE (2010), esse trabalho utilizou-se das definições baseadas no número de pessoas ocupadas em relação ao setor econômico de

¹ A OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) é uma organização internacional composta por 30 países, que tem como objetivos, coordenar políticas econômicas e sociais, apoiar o crescimento econômico sustentado, aumentar o emprego e a qualidade de vida dos cidadãos e manter a estabilidade financeira.

atividade, isto é, aquelas com o número de colaboradores variando entre 0 a 99 indivíduos no setor industrial e de 0 a 49 no setor de comércio e serviço.

2.1 Crescimento das Micro e Pequenas Empresas.

Lima (2010) argumenta que existem duas dimensões para o estudo sobre crescimento das organizações: uma tradicional, focada em pesquisas acadêmicas e outra de posicionamento, pautada na prática. A dimensão tradicional (teórica) da pesquisa em estratégia está mais desenvolvida nas academias internacionais, já a corrente do posicionamento (pragmática) é mais utilizada pela maioria dos consultores de mercado em estratégia nacionais e internacionais.

Na acadêmica brasileira prevalecem trabalhos da corrente do posicionamento pragmático (prático), demonstrando que a preocupação dos pesquisadores nacionais está muito mais focada nos processos de intervenções organizacionais, como ocorre nas consultorias, do que na contribuição para com a teoria (LIMA, 2010).

Tanto na perspectiva tradicional quanto na perspectiva do posicionamento pragmático, os autores internacionais concordam que o desenvolvimento de uma organização está relacionado ao seu nível de maturidade organizacional, ou seja, sua sobrevivência e crescimento estão na sua capacidade estratégica em definir ações tanto a priori quanto a posterior, frente às mudanças incrementais ou descontínuas (TUSHMAN; ROMANELLI, 1985) do meio no qual está inserida, exigindo-se, para isso, um nível de maturidade organizacional maior. Nesse sentido, várias pesquisas internacionais, em diferentes campos de estudos, vêm tentando compreender esse fenômeno. Para explicar o crescimento e a maturidade alguns pesquisadores apostam na metodologia de ciclos de vida. A maioria dos modelos parte da premissa da evolução temporal da organização, como, por exemplo, a subdivisão nos estágios de existência, sobrevivência, sucesso, crescimento e maturidade proposta por Churchill e Lewis (1983) sendo esse uma evolução dos primeiros estudos sobre ciclo de vida aplicado à organização (HAIRE, 1959; CHANDLER, 1962).

Sob a perspectiva da análise da maturidade das organizações, tem-se, utilizado, a análise do Ciclo de Vida das Organizações. O processo evolutivo de uma empresa compreende uma série de etapas que devem ser superadas, desde a criação até a empresa se transformar numa instituição efetivamente consolidada. Por analogia à evolução dos seres vivos, este processo tem sido denominado Ciclo de Vida das Organizações (LEZANA, 1993).

Como os estágios do ciclo de vida organizacional são previsíveis e repetitivos, conhecer a posição da organização no ciclo de vida permite que a sua administração tome antecipadamente medidas preventivas, seja enfrentando mais cedo os problemas futuros, seja evitando-os por completo (ADIZES, 2004).

Miller e Freezer (1984) estabeleceram atributos para classificar os estágios do ciclo de vida organizacional baseando nas seguintes variáveis: situação organizacional, estrutura, estratégia e estilo de tomada de decisão, que identificam os referidos estágios, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Critérios de Determinação das Fases de CVO

Fase	Critérios
Nascimento	Inferior a 10 anos de idade; Estrutura informal; Dominada pelo proprietário-gerente
Crescimento	O crescimento de vendas superior a 15%; Estrutura funcionalmente organizada (início da formalização).
Maturidade	Crescimento de vendas inferior a 15%; Organização com nível maior de burocratização.
Renascimento	Crescimento de vendas superior a 15%;

	Diversificação das linhas de produto; Divisionalização; Uso de controles sofisticados e sistemas de planejamento (SCG).
Declínio	Sem crescimento (estagnado); Baixa taxa de inovação de produtos; Queda da rentabilidade.

Fonte: Adaptado de Miller e Friesen (1984)

Para discussão dos dados dessa pesquisa, na determinação do potencial de crescimento das Micro e Pequenas Empresas (MPE's), foram utilizados os critérios estipulados para as fases de nascimento e crescimento no modelo definido por Miller e Friesen (1984). Sendo assim, podem ser consideradas empresas em crescimento aquelas com idade inferior a 10 anos de funcionamento e que possui um crescimento nas vendas superior a 15% anualmente.

Entretanto, esse não pode ser um critério único. Quando se fala em crescimento organizacional o senso comum pode levar a pensar esse construto como um sinônimo de desempenho organizacional. Essa concepção, entretanto, é errônea e há diferenças entre crescimento e desempenho (COMBS et al., 2005). O desempenho é uma variável muito utilizada nas pesquisas em administração, contudo, sua definição e operacionalização não são tão simples. A principal dificuldade é que o desempenho tem um caráter multidimensional, ou seja, ela não possui apenas um construto que o represente, mas vários (COMBS et al., 2005). O desempenho, na perspectiva da multidimensionalidade, pode ser analisado sobre três domínios com graus de abrangência crescentes: o desempenho financeiro, que ampliado constituiria o desempenho operacional e o somatório desses dois, culminariam na eficácia organizacional (VENKATRAMAN; RAMANUJAM, 1986).

Mais, ainda assim, a análise do desempenho financeiro deveria se dar a partir de três variáveis: Lucratividade, crescimento e noção de valor de mercado (COMBS et al., 2005). A lucratividade pode ser mensurada pela apuração do lucro líquido sobre o faturamento bruto e é o construto mais utilizado para mensurar desempenho. O crescimento, de forma geral, pode ser mensurado pela variação da receita líquida, pelo crescimento do número de funcionários ou pelo crescimento dos ativos totais (COMBS et al., 2005). Nas pesquisas acadêmicas, nem sempre as empresas dispõem-se facilmente dos seus dados financeiros, entretanto, a grande maioria disponibiliza o número de funcionários, tornando, essa métrica mais fácil de ser apurada na mensuração do crescimento organizacional.

No Brasil, órgãos como o SEBRAE e o IBGE, utilizam-se, além dos dados financeiros, da métrica de número de funcionários para classificar o nível de crescimento das empresas. Assim tem-se que as empresas de alto crescimento seriam aquelas que apresentassem um crescimento médio do pessoal ocupado assalariado maior que 20% ao ano, por um período de três anos, e que tivessem pelo menos 10 pessoas assalariadas no ano inicial de observação. As empresas de médio crescimento seriam aquelas que apresentaram crescimento de pessoal assalariado maior que 5% e até 20,0% ao ano e as empresas de baixo crescimento aquelas que demonstrassem crescimento até 5% ao ano (IBGE, 2010).

Um grande desafio é, portanto, a mensuração do nível de crescimento das organizações, pois as várias tentativas feitas não têm sido bem sucedidas (PASANEN, 2006). Uma das possíveis razões é a falta de critérios únicos para se medir e comparar as empresas em diferentes locais do mundo.

Uma métrica muito popularizada é o *Balanced Scorecard* que relaciona como os resultados financeiros são afetados pela satisfação do cliente, pela execução dos processos e pela organização das aprendizagens na organização (WONG, 2002).

Contudo, como muitas outras ferramentas estratégicas, o *Balanced Scorecard* possui uma visão linear da estratégia, com início e fim determinados. Haja vista que quase todos os modelos seguem a receita: criar estratégias, implementar, avaliar e ajustar. Essa receita é focada

nos resultados passados e atual. Faz-se, então, necessário estruturar um modelo que demonstre tanto a situação atual como também a capacidade da organização em elaborar iniciativas de crescimento a longo prazo (WONG, 2002). Assim sendo, as condições gerais para se mensurar o crescimento deveriam vir das métricas de orientação de crescimento futura da organização, os recursos organizacionais para suportar esse crescimento e a existência da oportunidade de mercado (DAVIDSSON et al., 2009).

Rutherford et al. (2004) estruturaram uma escala baseada na percepção dos proprietários de crescimento da organização nos últimos anos trabalhados por eles, demonstrando a percepção deles sobre o crescimento ou não da organização nos últimos anos, escolhendo um valor percentual indo de menos 5% (decréscimo) até mais 16% (acrécimo).

Essa escala, contudo, mensura apenas a expectativa de crescimento, devendo ser acrescentadas outras variáveis importantes que consistiu no cruzamento de variáveis passadas e futuras e que são: na idade atual da organização inferior a 10 anos (MILLER; FRIESEN, 1984) e no crescimento do número de empregado (IBGE, 2010).

3. Método.

A investigação teve o caráter quantitativo. Para levantamento de dados, propôs-se uma *Survey* como principal estratégia de pesquisa. A pesquisa do tipo *Survey* tem como objetivo a obtenção de dados e informações sobre as ações, características ou opiniões de um determinado grupo de estudo, por meio de um instrumento de coleta de dados, normalmente, utilizando-se o questionário (PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993).

Dentre os tipos de pesquisas *Survey*, optou-se pelo método descritivo que visa buscar identificar opiniões, eventos, atitudes ou intenções do público-alvo (PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993). O universo de pesquisa foi composto por 3.108.608 empresas de micro e pequeno porte da Região Sudeste brasileira (SEBRAE; DIEESE, 2010). Diante da dificuldade da aplicação do método probabilístico de amostragem face à impossibilidade de se compilar todos os elementos da população e de se realizar uma amostragem aleatória simples, por exemplo, utilizou-se, nessa pesquisa, o tipo de amostra não probabilística por conveniência (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Nesse tipo de amostragem as empresas participam por estarem disponíveis no momento da aplicação da pesquisa. Como as empresas não passaram por um processo de seleção, os dados apurados na pesquisa não puderam, entretanto, ser generalizados para todo o universo (PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993). Outra dificuldade foi a definição do tamanho da amostra. Seguindo o modelo estatístico de amostragem probabilística, se fosse considerando um intervalo de confiança de 90% e um desvio padrão de 10%, a amostra seria estimada em 67 casos (LEVIN, 1987).

O método estatístico utilizado foi, porém, não probabilístico, exigindo, assim, outra forma de definição amostral. Quando se trata a respeito da razão entre tamanho da amostra/número de parâmetros estimados no modelo de pesquisa, parece existir, entre os autores, uma concordância de que o número de respondentes para cada variável de pesquisa deva ser, de pelo menos, cinco (proporção 5:1) para que se consigam estimativas consistentes de parâmetros (BENTLER; CHOU, 1987) e essa tendência tem sido seguida internacionalmente. Baseando-se nessas ponderações e no número de questões propostas para essa pesquisa a amostra foi de, no mínimo, 100 casos, sendo, alcançadas, 109 respostas válidas.

3.1 Procedimento de Coleta de Dados

Para a coleta dos dados das micro e pequenas empresas foi estruturado um *mailing* com bancos de dados de empresas brasileiras adquiridas de forma paga ou disponíveis na internet. Essa pesquisa teve o apoio do Grupo de Estudo com Proprietários, Representantes dos Proprietários e Altos Executivos (GEPPA), que disponibilizou sua estrutura para

Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.10, n.1, p. 12-28, 2016
ISSN 1982-2537

armazenamento e envio dos questionários, bem como estagiários para apoio às atividades de coleta e processamento de dados. Os dados foram coletados por meio de um questionário enviado eletronicamente a estas organizações, no qual foi solicitado que um dos membros do corpo diretivo da empresa respondesse ao questionário. Além do questionário, todos os respondentes foram convidados a assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, autorizando tanto a pesquisa, quanto a divulgação dos dados da empresa, desde que, mantido o anonimato delas. Para a elaboração do questionário final de pesquisa foram adaptadas as escalas de Potencial de Crescimento devido às particularidades do cenário econômico e social das micro e pequenas empresas.

Para elaboração dessa pesquisa foram utilizados instrumentos (escalas) já validadas. Necessitou-se, entretanto, realizar adaptações às escalas em função tanto da especificidade que é trabalhar com micro e pequenas empresas (a maioria das escalas foram aplicadas em grandes organizações) quanto às questões culturais da região sudeste do Brasil.

Nesse sentido, optou-se por retornar à fase dos procedimentos experimentais e analíticos propostos por Pasquali (1999). Na primeira etapa, a escala original, na versão inglesa, foi traduzida para o idioma português por dois pesquisadores experientes e fluentes em inglês. A segunda etapa consistiu na revisão técnica e avaliação da equivalência semântica, por meio da comparação entre as duas versões existentes (original – inglês e versão retrotraduzida – inglês). Na etapa seguinte, o instrumento foi avaliado por especialistas da área de gestão (dois administradores e um psicólogo) para garantir a coerência da teoria aplicada no instrumento traduzido. Foi, então, realizado a aplicação do questionário a onze (11) micro e pequenos empresários. Foi solicitado, a cada participante, que avaliasse a clareza e o grau de compreensão de cada questão e da instrução das escalas. Após essas cinco etapas as escalas ainda foram testadas estatisticamente finalizando a etapa de validação que consiste na Análise Fatorial e análise da consistência interna.

A escala de Rutherford et al. (2004) correlaciona três variáveis: idade, tamanho e crescimento. O fator idade se refere ao número de anos desde a fundação da empresa. O fator tamanho indica o número de funcionários contratados pela organização e o fator crescimento se referem ao nível de crescimento de vendas alcançado nos anos anteriores (RUTHERFORD et al., 2004).

A escala de Rutherford et al. (2004) considera o desempenho passado da organização em termos do seu crescimento ou diminuição do faturamento nos últimos anos. Essa escala é, especialmente, útil nos casos em que os respondentes sentem-se intimidados em revelar o valor absoluto do faturamento. No entanto, as categorias indicadas pelos autores (cresceu de 1 a 5%, mais que 16%...) podem não refletir alguns dos setores brasileiros (que podem ter crescimentos além dos 16%). Para melhorar o poder explicativo da variável, foi perguntado, então, se o percentual do faturamento e o número de funcionários das empresas variaram nos últimos anos. Assim, além da percepção do respondente – sujeita a subjetividade – a escala passou a adotar medidas mais objetivas, como o percentual real de faturamento e do crescimento do número de funcionários.

Outro critério incrementado na escala foi a forma de mensuração utilizada pelos organismos brasileiros, como SEBRAE e IBGE para definir, em seus relatórios, empresas de alto crescimento. A escala utilizada por eles tem como fatores: o crescimento médio do pessoal ocupado assalariado maior que 20% ao ano, por um período de três anos, e que têm pelo menos, 10 pessoas assalariadas no ano inicial de observação (IBGE, 2003).

Sendo assim, foi considerada empresas de alto crescimento, aquelas que obtiveram percentual de número de funcionários e de percepção de variação de faturamento superior a 20%, tendo, no mínimo, 10 funcionários no ano inicial de investigação. A escala adaptada para mensuração do potencial de crescimento está demonstrada no Quadro 2.

Quadro 2 – Estrutura da Escala de Pesquisa: Variáveis e Medidas

Variável	Fatores de Medida	Explicação dos fatores
Potencial Crescimento Organizacional	Índice em %	Crescimento do número de funcionários nos últimos três anos. Variação do faturamento da empresa nos últimos três anos. Variação percentual percebida de crescimento nos últimos três anos.
Variáveis de controle	Estrutura societária. Tamanho Faturamento	Número de funcionários atual Tempo de Mercado (anos) Faturamento bruto anual atual Dados do respondente (Gênero, idade, cargo e escolaridade)

Fonte: Elaborado pelo autor

A próxima etapa consistiu na aplicação de um pré-teste visando medir sua validade e confiabilidade dentre o público participante do estudo, e adaptando-o à realidade brasileira. O uso de escalas já validadas aumentou a confiabilidade deste estudo. O pré-teste foi realizado com 11 microempresários do segmento comercial. Não houve a necessidade de readaptação das questões, que, na percepção dos empresários estavam claras e objetivas.

3.2 Procedimentos para Tratamento e Análise dos Dados.

O teste de aderência à curva normal, por meio do método *Kolmogorov Smirnov*, indicado para amostragem superior a 50 casos, revelou que os dados não possuíam aderência, indicando um p-valor maior que 0,05, indicando que a necessidade do uso de testes multivariados.

Análise fatorial é um nome genérico dado a uma classe de métodos estatísticos multivariados cujo propósito principal é definir a estrutura subjacente em uma matriz de dados. Em termos gerais, a análise fatorial aborda o problema de analisar a estrutura das inter-relações (correlações) entre um grande número de variáveis (por exemplo, escores de testes, itens de testes, respostas de questionários), definindo um conjunto de dimensões latente. Para a AFE, foram aplicados os seguintes testes estatísticos (HAIR JR et al., 2005):

- a) Análise do KMO: permite fazer uma análise geral da matriz de correlações. Quanto mais próximo de 1 (MINGOTTI, 2005), maior a correlação entre as variáveis envolvida. Deve-se, também observar se o p-valor (sig) está abaixo de 0,05, rejeitando-se, assim a hipótese de que não haveria forte correlação entre as variáveis.
- b) Teste de Esfericidade de *Bartlett's*: testa a hipótese nula de que a matriz de correlação original é uma matriz de identidade. Um teste significativo (p menor que 0,05) nos mostra que a matriz de correlações não é uma matriz de identidade, e que, portanto, há algumas relações entre as variáveis que se espera incluir na análise.
- c) Análise da matriz anti-imagem e da *Measure of Sampling Adequacy* (MSA): Consiste na analisar do teste de KMO individual para cada uma das variáveis. Para cada variável, o KMO deve estar acima de 0,50. As variáveis abaixo desse índice são candidatas a serem eliminadas da análise. Contudo para uma maior certeza deve-se esperar o teste das comunalidades.
- d) *Communalities*: Essa análise indica que valores abaixo de 0,50 demonstram que a variável não está bem ajustada ao modelo. Será aplicado apenas nos casos de KMO inferior a 0,50.

- e) *Alpha de Crombach*: Tem como finalidade analisar o grau de consistência e confiabilidade das questões. Seu valor deve ser superior a 60% para ser considerado confiável.

Após a Análise Fatorial, foram empregadas técnicas a estatística descritiva e realizado uma Análise de Cluster. Assim, os dados foram tratados utilizando o *cluster* hierárquico, o qual “envolve a construção de uma hierarquia semelhante a uma árvore” (CORRAR et al., 2012, p. 345). Esse método se propõe a agrupar os dados em grupos por forma a constituir grupos em que: os seus elementos sejam o mais parecidos entre si e os grupos sejam o mais diferente entre si.

4. Resultados e Análises.

4.1 Perfil da Amostra.

Em relação ao gênero, teve-se que 33,9% pertencem ao sexo feminino (37 respondentes) e 66,1% ao sexo masculino (72 respondentes). Observou-se que 57,8% dos pesquisados possuem nível superior, revelando que a amostra é constituída por indivíduos de maior escolarização. Esses dados confirmam uma tendência nacional, isto é, os pequenos empreendedores estão passando mais tempo na escola e, por isso, estão mais preparados para os desafios de manter seu próprio negócio. Essa é uma das conclusões que constam no Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa (2011). O número de empreendedores de pequenas empresas com ensino superior completo também cresceu. Em 2000, eles eram 3,4% do total. Em 2010, passaram para 5,3% (SEBRAE; DIEESE, 2011).

Em relação à classificação por cargos, os dados apontaram que 45,8% se consideram sócios, proprietários ou representantes da alta direção. Já 54,2% declaram que assumem algum cargo ou função dentro da organização, corroborando com a tese do ciclo de vida das organizações, proposto por Mount et al. (1993) que afirma nas Fases I e II predominam a característica de empresa operada pelo dono, uma vez que, os micro e pequenos empresários, em função da pouca estrutura, acabam assumindo as principais funções de comando. Essa constatação é corroborada pelos resultados obtidos na análise do tempo de operações das empresas. 21, 51,4% das empresas possuem até 10 anos de funcionamento. Essas empresas são consideradas pertencentes ao estágio Nascimento, pela classificação de Ciclo de Vida Organizacional proposto por Miller e Friesen (1984). Nessa fase, a empresa tem duas principais características: possui uma estrutura mais informal e é administrada diretamente pelo dono.

Foi apurada, também, a idade dos participantes. Percebe-se que 32,1% da amostra está inserida na faixa etária de 31 a 40 anos. Chama a atenção o número de respondentes com idade superior a 50 anos, representando 19,3% da amostra. Esses dados corroboram com os dados apurados na média nacional que indicam que de 2001 a 2009, entre os empregadores, houve ligeira expansão no grupo de pessoas que tinham 40 anos ou mais. Esta faixa etária, que representava 58,6% dos empregadores em 2001, cresceu até atingir a proporção de 62,8% do total em 2009 e com tendência de crescimento em 2012 e 2013 (SEBRAE; DIEESE, 2011).

Quase 86,6% dos micro e pequenos empreendimentos estão no setor de comércio e serviço, com predominância desse último, como pode ser visto na Tabela 1.

Tabela 1 - Empresas por Setor

Setor	Frequência	%	% Acumulado
Comércio	33	30,3	30,3
Construção civil	9	8,3	38,5
Indústria	10	9,2	47,7
Serviços	57	52,3	100,0
Total	109	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa

O crescimento das participações relativas do setor de serviços está associado ao ritmo mais acelerado de criação de novas empresas nesses setores, com taxas de crescimento anual de 4,8% a.a e 5,0% a.a (SEBRAE; DIEESE, 2011).

4.2 Análise Fatorial Exploratória.

Para a escala de Potencial de Crescimento foi encontrado um p-valor menor que 0,05, revelando ser os fatores não aderentes à curva normal. O teste de normalidade é usado para se decidir que tipo de análise de dados será adotada, se as variáveis são normais, usa-se testes paramétricos; se as variáveis não são normais, usa-se testes não paramétricos (HAIR JR et al., 2005), justificando-se, assim, o uso da Análise Fatorial Exploratória, composta por testes não paramétricos, para a análise da validade e confiabilidade das escalas. Os dados resultaram em um KMO de 0,715 e o *Alpha* de *Crombach* 0,862, confirmando que as variáveis possuem consistência interna e que são adequadas na explicação dos construtos a que se propõem. A análise da matriz anti-imagem e da *Measure of Sampling Adequacy* (MSA), trouxe um KMO individual acima de 0,50 e a análise das *Communalities* indicaram valores acima de 0,50 demonstram que as variáveis estavam bem ajustada ao modelo.

4.3 Análise Descritiva dos Resultados da Escala de Potencial de Crescimento

Foram utilizados dois critérios para determinação do crescimento: faturamento e número de funcionários. O primeiro deles referiu-se à percepção de faturamento pelos proprietários (RUTHERFORD, 2004) que classificou as empresas em 3 categorias: Não Crescimento, com variações percentuais de crescimento abaixo de 0 no período investigado; Baixo Crescimento, para as empresas com percentuais variando de 0 a 15% e, Em Crescimento, de 15% a 20%, com base nos argumentos de Miller e Friesen (1984). Esses afirmam que uma empresa é considerada “em crescimento”, no Ciclo de Vida da Organização, caso tenha um crescimento nas vendas superior a 15% ao ano, como demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2 – Classificação do Potencial de Crescimento (Faturamento)

Variação % Faturamento de 2011 a 2012	Classificação
Abaixo de 0	Não Crescimento
De 1 a 15%	Baixo Crescimento
Acima de 15%	Em Crescimento

Fonte: Elaborado pelo autor

De acordo com esse critério, tem-se que 14,7% das empresas, não possuem crescimento; 36,7% possuem baixo crescimento e 48,6% estão em crescimento, como visto na Tabela 3.

Tabela 3 - % de Empresas por Classificação por Crescimento

Categorias	Frequência	%	% Acumulado
Não Crescimento	16	14,7	14,7
Baixo Crescimento	40	36,7	51,4
Em Crescimento	53	48,6	48,6
Total	109	100,0	

Fonte: Dados da Pesquisa

Dentre as empresas categorizadas como Em Crescimento, foi aplicado critério de número de funcionários, para apuração daquelas com alto crescimento.

As empresas de alto crescimento foram definidas como aquelas que possuem um crescimento médio do pessoal ocupado assalariado ou do seu faturamento maior que 20%, nos últimos 3 anos, com pelo menos, 10 pessoas assalariadas no ano inicial de observação (IBGE, 2003). Das 53 empresas em crescimento, foram encontradas 35 empresas (66,04%) com mais de 10 funcionários no ano inicial de investigação. No cruzamento com a variação percentual de número de funcionário, apurou-se que existem 8 empresas, com variação superior a 20% do número de funcionários no período analisado, sendo, portanto, consideradas de alto potencial de crescimento. Essas empresas representam 22,8% das empresas com mais de 10 funcionários e 7,33% da amostragem geral das MPEs analisadas. A seguir serão analisadas as estatísticas descritivas da empresa, segundo a classificação por Potencial de Crescimento.

4.4 Análise do Potencial de Crescimento pelo Critério Financeiro

Na análise do crescimento por gênero não revelou diferenças significativas. Percebeu-se uma leve diferença entre as empresas de baixo crescimento, com predominância do gênero feminino e do gênero masculino para as de não crescimento. Entre as consideradas em crescimento quase nenhuma diferença percentual foi obtida.

Na análise do crescimento por faixa etária, contudo, revelaram-se algumas diferenças: as empresas Em Crescimento concentram-se (percentualmente) entre os mais de 50 anos (57,1%) e as de não crescimento entre os que têm de 41 a 50 anos (23,1%). As de baixo crescimento se concentram entre os que têm de 21 a 30 anos. Talvez o fator maturidade esteja relacionado ao potencial de crescimento, como sugerem os dados apontados nesse item pesquisado.

Na comparação entre o tipo de crescimento em relação à escolaridade dos respondentes as empresas classificadas como de baixo crescimento são preponderantes entre os que têm Ensino Médio. Já as em crescimento são mais concentradas entre os que possuem graduação e pós-graduação, indicando que, quanto maior o nível de escolaridade, maior a possibilidade de proporcionar crescimento às organização de micro e pequeno porte.

Excetuando-se os dados que obtiveram apenas um caso, observa-se que as empresas são mais representativas nos cargos de Sócio (61,1%), Presidente (50%) e Diretor (48%), indicando que a cúpula estratégica da organização tem impacto no potencial de crescimento.

Já entre as de baixo crescimento, destacaram-se os cargos de gerente (52,6%), indicando que empresas onde esses cargos possuem maior relevância que a cúpula estratégica (Diretores e Presidentes), pode levar à empresa a um menor desempenho, isso talvez seja explicado pela fato de que os interesses da média gerência possam ser diferentes do da alta gestão. Esse conflito é denominado de teoria da agência e é um construto pesquisado dentro dos estudos sobre Governança Corporativa (LIMA et al., 2008).

Observou-se que há diferenças percentuais e absolutas quando da relação entre setor da economia e tipo de crescimento. As empresas de baixo crescimento concentraram-se no ramo industrial, enquanto que aquelas consideradas em crescimento no setor da Construção Civil e Serviços. As de não crescimento situaram-se também no setor de serviços, mas também no de

comércio. A questão do potencial de crescimento está concentrada no ramo da construção civil possui embasamento comercial na pesquisa do Sebrae (2013) que indica que, esse segmento, hoje, no Brasil está em franco desenvolvimento face à melhoria econômica vigente no país.

Foram encontradas oito (8) empresas com Alto Potencial de Crescimento. Devido ao número pequeno de empresas nessa categoria, foram levantadas as estatísticas descritivas mais relevantes. Obteve-se que as empresas de alto potencial de crescimento foram em maior número para os respondentes do gênero masculino, da faixa etária superior a 40 anos e que ocupam cargos estratégicos nas MPEs, tais como presidência e gerência e que possuem graduação ou pós-graduação. Essas empresas concentraram-se nos setores de comércio e serviço.

Esses dados, entretanto, devem ser vistos com reservas face ao número pequeno amostral, necessitando de uma pesquisa quantitativa com maior número de casos com empresas de alto potencial de crescimento. A análise cluster, demonstrada no Quadro 3, apresenta a caracterização das MPEs.

Quadro 3 - Análise Cluster do Potencial de Crescimento das MPEs

Fatores	Não Crescimento	Baixo Crescimento	Em Crescimento	Alto Crescimento ²
% da amostra	14,7%	36,7%	48,6%	8 empresas
Nº Funcionários	0	1 a 15	Acima de 15	Acima de 15
Faixa Etária	31 a 50 anos	21 a 30 anos	Acima de 50 anos	41 a 50 anos
Escolaridade	Ensino Médio	Ensino Médio	Graduado e Pós-graduado	Graduados
Cargos	Proprietários	Gerentes	Sócios, Presidente e Diretores	Gerentes e Presidentes
Setor Econômico	Sem variação	Indústria	Comércio, Serviço e Construção Civil	Comércio e Serviço;
Gênero	Baixa Variação			Masculino

Fonte: Dados da Pesquisa

Resumidamente, tem-se que:

- Não Crescimento: Equivaleram à 14,7% da amostra. Caracterizaram-se por serem empresas com nenhum funcionário, onde o proprietário realizava todas as funções. Esses gestores contavam com nível de escolaridade equivalente ao ensino fundamental e estavam na faixa etária entre 31 a 50 anos.
- Baixo Crescimento: Representaram 36,7% da amostra. Caracterizam-se por possuírem de 0 a 15 funcionários, cujos gestores ocupavam o cargo de gerente geral, com faixa etária variando de 21 a 30 anos, sendo considerados jovens, detentores de ensino médio. Essas empresas tiveram maior representatividade no setor industrial.
- Em Crescimento: Representaram 48,6% da amostra. Caracterizaram-se por possuírem mais de 15 funcionários, lideradas por indivíduos que ocupavam os cargos de sócios, presidentes ou diretores, sendo graduados ou pós-graduados e com mais de 50 anos. Essas empresas se concentraram nos setores de comércio, serviços e construção civil.
- Alto Crescimento: Foram encontradas apenas 8 empresas nesse quesito, sendo poucos dados para generalização. As tendências encontradas para caracterização dessas empresas foram para empresas com mais de 15 funcionários, lideradas por indivíduos graduados, com faixa etária variando de 41 a 50 anos e do sexo masculino e ocupavam

² Essas empresas estão inseridas no percentual das empresas tidas como Em Crescimento, por isso o destaque da coluna.

cargos de gerentes e presidentes. As empresas concentraram-se nos ramos de comércio e serviço.

Os resultados parecem apontar que o potencial de crescimento pode estar relacionado com a questão de uma maior escolaridade, maior faixa etária, maior número de funcionários, entre os cargos de alta cúpula e nos setores de comércio e serviço. Com exceção das empresas de alto crescimento, onde os homens foram maioria, mas cuja amostra não é representativa, não parece haver distinção de gênero em relação ao potencial de crescimento das MPEs.

5. Considerações Finais.

O artigo teve como objetivo investigar e classificar o potencial de crescimento das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) no Brasil. Os resultados revelaram o perfil dos micro e pequenos empresários investigados: 66,11% são do sexo masculino, demonstrando, ainda, a predominância do gênero masculino na abertura de novas empresas no Brasil, conforme dados do SEBRAE (2012); Dos pesquisados, 57,8% possuem nível superior, 56% possuem de 21 a 40 anos, indicando que o número de jovens e adultos com maior nível educacional prevalece na amostra em estudo; 45,8% se consideram apenas sócios, proprietários ou representantes da alta direção, os demais alegam ocupar, também, algum cargo de gestão dentro das MPEs, corroborando com a hipótese de que, na etapa do Ciclo de Vida Organizacional (CVO) onde essas empresas se enquadram, exige-se a presença do proprietário como dono e como gestor (MOUNT et al., 1993); Essa informação é complementada com o fato de que 51,4% das empresas tem até 10 anos de operação que, na visão de Miller e Friesen (1984), elas são enquadradas na fase de crescimento do CVO, cuja presença do sócio-proprietário se faz necessária. Além disso, completando o perfil, tem-se que 82,6% das empresas encontram-se nos setores de comércio e serviços, indo a favor dos dados recentes da economia do Brasil que indica o crescimento nesses setores (SEBRAE, 2011).

A análise do Potencial de Crescimento revelou que não foi possível haver distinção entre gênero. As empresas classificadas como “em crescimento” possuíram maiores concentrações entre aqueles que possuíam mais de 50 anos, graduados e pós-graduados e que atuavam como sócios em empresas dos setores da construção civil e de serviços. Isso sugere que o potencial de crescimento pode estar relacionado com o nível de amadurecimento dos indivíduos e com o grau de escolaridade dos mesmos.

Foi analisado, ainda, as empresas consideradas de alto crescimento, isso é, aquelas com mais de 10 funcionários no ano inicial de investigação e que tiveram um crescimento de 20% da mão de obra nos últimos três anos analisados. Foram encontrados apenas 8 empresas nessa categoria. Contudo, esses dados amostrais não são relevantes para generalização à população, carecendo de maiores pesquisas para confirmação dos resultados em empresas nessa categoria.

5.1 Limitações da Pesquisa.

O estudo tem limitações de teoria, método, público e pela impossibilidade de generalização. Os dados não podem ser generalizados a todas as Micro e Pequenas Empresas uma vez que a amostragem foi do tipo não probabilística.

O método tem suas limitações em função de vieses tanto do pesquisador quanto dos respondentes. O fato de o questionário ser online dificultava o controle das respostas. Aliado ao fator tempo, onde o respondente levava um tempo médio de resposta em torno de 20 minutos, podem ter alterado algumas questões. Como exemplo muitas questões não foram respondidas ou foram parcialmente. Outra limitação do método foi a utilização da análise quantitativa que dificulta o entendimento e aprofundamento de algumas dúvidas surgidas durante a análise de dados, revelando a necessidade de investigações qualitativas.

Outro cuidado é que, na análise do potencial de crescimento, foi considerada a percepção dos proprietários. Tentou-se minimizar o impacto dessa análise, solicitando, aos respondentes, que informassem o faturamento real. Entretanto, apenas 59 empresas responderam a essa questão. Ela foi considerada, apenas, para balizar o percentual de crescimento informado pelos proprietários de MPEs.

O público escolhido também é um fator limitante da pesquisa. Devido à extensa área territorial, o número de micro e pequenas empresas participantes representam um percentual muito pequeno quando comparado ao universo dessas empresas. Outro fator limitante é a classificação do porte da empresa, que possuem diferentes denominações e o fato de que não se buscou equalizar, na coleta de dados, um número igual de empresas por porte.

Essas limitações abrem possibilidades para estudos futuros e maior compreensão dos temas sobre as análises do potencial de crescimento das organizações.

5.2 Sugestões de Pesquisas Futuras.

Esse estudo pode contribuir para uma melhor compreensão da gestão nas MPEs, através da sugestão de um modelo de mensuração do potencial de crescimento dessas empresas no Brasil.

Na academia abre um novo leque de oportunidades de estudos no intuito de aprofundar as teorias sobre análise do potencial de crescimento, assim como compreender como elas se instauram e se desenvolvem diferentes contextos econômicos. Sugere-se pesquisar tais relações em setores econômicos específicos e por porte da empresa, como por exemplo, empresas de médio porte no setor de empresas de alta tecnologia, empresas do terceiro setor, empresas agrícolas, dentre outras tantas possibilidades. Posteriormente seria possível comparar se os resultados se mantêm ou se alteram em relação a esses setores.

Sugere-se utilizar de outras variáveis de mensuração como a lucratividade, Retorno sobre Investimento (ROI) e outros indicadores financeiros.

Sugere-se, ainda, a realização de pesquisas qualitativas como meio de aprofundar e fundamentar os achados de pesquisa. Pode-se, também realizar estudos longitudinais qualitativos visando analisar as variações de crescimento dessas empresas em relação a outros construtos, como analisando, por exemplo, o nível de comprometimento organizacional dos colaboradores e seu no potencial de crescimento. Outras variáveis possíveis são: gestão de recursos humanos, gestão mercadológica, gestão de operações e qualidade, gestão financeira e outras, tudo isso visando alinhar os estudos da gestão empresarial às estratégias de potencial de crescimento.

Referências.

ADIZES, I. **Os ciclos de vida das organizações: como e por que as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito.** São Paulo: Pioneira Thonsom Learning, 2004.

BARRINGER, B. R.; JONES, F. .; NEUBAUM, D. O. A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. **Journal of Business Venturing**, v. 20, n. 5, p. 663–687, 2005. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0883902604000503>>. Acesso em: 4/8/2011.

BENTLER, P.; CHOU, C. Practical issues in structural equation modeling. **Sociological Methods and Research**, v. 16, p. 78–117, 1987.

BRASIL. Lei no 9.317 de 5 de dezembro de 1996. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento

de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte -SIMPLES e d. **Diário Oficial da União**, 1996. Brasília.

BRASIL. Lei no 9.841, de 5 de outubro de 1999. Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da União**, 1999. Brasília.

BRASIL. Decreto no 3.474 de 19 de maio de 2000. Regulamenta a Lei nº 9.841, de 5 de outubro de 1999, que institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, p. 1, 2000. Brasília.

CHANDLER, A. D. **Strategy and structure: chapters in the history of the industrial enterprises**. Cambridge MA: MIT Press, 1962.

CHURCHILL, N. C.; LEWIS, V. L. Business Growth The Five Stages of Small Business Growth. **Harvard Business Review**, , n. May-June, 1983.

COMBS, J. G.; CROOK, T. R.; SHOOK, C. L. The dimension of organizational performance and its implications for strategic management research. In: D. J. KETCHEN; D. D. BERGH (Eds.); **Research methodology in strategy and management**. p.259–286, 2005. San Diego: Elsevier.

CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. M. **Análise multivariada: para os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia**. São Paulo: Atlas, 2012.

DAVIDSSON, P.; ACHTENHAGEN, L.; NALDI, L. Research on Small Firm Growth : A Review. **International Business**, 2009.

FILION, L. J. The definition of small business as a basic element for policy making. In: C. for S. The Institute of Sociology, USSR Academy of Science, Academy of Science of Georgia (Ed.); **Small Business, Marketing and Society**. **Anais...** , 1991. Tbilisy (Georgia - Rússia).

HAIR JR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. **Análise multivariada de dados**. 5 ed. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIRE, M. **Modern Organization Theory: A Symposium**. Wiley, 1959.

IBGE. **As Micros e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil: 2001**. IBGE, 2003.

IBGE. **Demografia das Empresas 2008**. IBGE, 2010.

LEVIN, J. **Estatística Aplicação à Ciências Humanas**. 2. ed. ed. São Paulo: Harbra, 1987.

LEZANA, A. G. R. **Ciclo de Vida das Pequenas Empresas**. Florianópolis, 1993.

LIMA, E. As Definições de Micro, Pequena e Media Empresas Brasileiras como Base para Formulação de Políticas Públicas. **II EGEPE**, v. 2001, p. 421–436, 2001.

LIMA, E. Estratégia de Pequenas e Médias Empresas: Uma Revisão. **ReGE**, v. 17, n. 2, p. 169–187, 2010.

Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.10, n.1, p. 12-28, 2016
ISSN 1982-2537

LIMA, R. E. DE; ARAÚJO, M. B. V. DE; AMARAL, H. F. Conflitos de Agência: um estudo comparativo dos aspectos inerentes a empresas tradicionais e cooperativas de crédito. **RCO - Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 4, p. 148 – 157, 2008.

MARTINS, G. A.; THEÓFILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2 ed. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

MERCOSUL. Resolução nº 59 de 1998 do Grupo Mercado Comum. ,1998.

MILLER, D.; FRIESEN, P. H. A Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle. **Management Science**, v. 30, n. 10, p. 1161–1183, 1984.

MINGOTTI, S. A. **Análise de Dados Através de Métodos de Estatística Multivariada: Uma Abordagem Aplicada**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

MOUNT, J.; ZINGER, J. T.; FORSYTH, G. R. Organizing for development in the small business. **Long Range Planning**, v. 26, n. 5, p. 111–120, 1993.

PASANEN, M. SME Growth Strategies: A Comparison of Young and Long-Lived Firms. **International conference on Business and Information**, p. 12 – 14, 2006.

PASQUALI, L. **Instrumentos Psicológicos: Manual Prático de Elaboração**. Brasília, 1999.
PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. L. Survey Research in Management Information Systems: An Assessment. **Journal of Management Information System**, 1993.

RUTHERFORD, M. W.; BULLER, P. F.; MCMULLEN, P. R. Human resource management problems over the life cycle of small to medium-sized firms. **Human Resource Management**, v. 42, n. 4, p. 321–335, 2004. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1002/hrm.10093>>. Acesso em: 14/8/2011.

SCHMIEMANN, M. SMEs and Entrepreneurship in the EU. **Statistics in Focus**, p. 1–8, 2006.

SEBRAE; DIEESE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa: 2009**. 2010.

SEBRAE/SP. Doze anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas. **SEBRAE/SP**, p. 1–51, 2010.

TOCHER, N.; RUTHERFORD, M. W. Perceived acute human resource management problems in small and medium firms: an empirical examination. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 3, n. 334, p. 455–480, 2009.

TUSHMAN, M. L.; ROMANELLI, E. Organization evolution: a metamorphosis model of convergence and reorientation. In: B. STAW; L. CUMMINGS (Eds.); **Research in organization behavior**, 1985. Greenwich: JAI Press.

VENKATRAMAN, N.; RAMANUJAM, V. Measurement of business performance in strategy research: a comparison of approaches. **Academy of Management Review**, v. 11, n. 4, p. 801–814, 1986.

WONG, A. Performance Management and Growth Metrics. **Virtual Strategiste**, , n. 3, p. 1–6, 2002.