

A NECESSIDADE DE CRÉDITO DOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Raquel Prediger Anjos¹

Mauricio de Oliveira Braguin²

Reinaldo Pereira dos Anjos³

RESUMO

Os pequenos negócios diferenciam-se dos grandes, pela quantidade de capital de giro, fato que interpõe-se entre ele e seu crescimento (McMAHON; STANGER, 1995). Para Penrose (2006), o crédito soluciona esta falta de capital. Em 2008 foi aprovada, no Brasil, a Lei Complementar 128/2008, que formula o perfil de pequenos negócios no país, o chamado Empreendedor Individual. O objetivo deste trabalho consiste em verificar se os pequenos negócios do município de Três Lagoas – MS têm necessidade de crédito financeiro. Além de fazer um estudo comparativo entre os resultados encontrados dos Empreendedores Individuais com negócios informais. Foram entrevistados 31 Empreendedores Individuais, e outros 31 proprietários de pequenos negócios informais, por meio de questionário. Utilizou-se de análise descritiva de dados, como estatística, para obtenção dos resultados. A pesquisa comprova a necessidade de recursos destes empreendimentos para aumento do seu capital de giro, tanto para os formais, quanto informais. Este fato foi percebido pelos proprietários e também comprovado pela análise de suas vendas e aquisições. Entretanto, percebeu-se a baixa procura por crédito como ferramenta na solução à sua falta de capital para o investimento.

PALAVRAS-CHAVE

pequenos negócios; capital de giro; crédito

1 INTRODUÇÃO

As pequenas e médias empresas (PME) constituem uma parte importante de qualquer economia (JONES et al, 2007). As menores firmas têm muitas características que as distinguem das maiores, como a ausência de estruturas formais complexas, a dominância de proprietários-gerentes, a falta de mercados internos de trabalho, incerteza ambiental e uma base de clientes limitada. Entretanto isto não as impede de No entanto, essas diferenças não as impede de

AUTORES

1 Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas - AEMS. Aluna do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Contabilidade / Universidade Federal do Paraná – UFPR. Mestre em Contabilidade pela UFPR.

2 Docente da AEMS – Faculdades Integradas de Três Lagoas – MS.

3 Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

desenvolver e crescer o negócio (JONES et al, 2007).

Entretanto, um de seus maiores diferenciais está na quantidade de capital de giro para que este desenvolvimento ocorra (McMAHON; STANGER, 1995). Para Penrose (2006) a expansão da capacidade produtiva requer investimentos em ativos fixos e estoques e, para a autora, o crédito soluciona esta falta de capital para o crescimento das pequenas empresas.

No Brasil, a Lei Complementar 128/2008 formula um novo perfil para os pequenos negócios: o Empreendedor Individual. Ele é caracterizado como quem tem receita máxima de 36 mil ao ano. A Lei busca formalizar os 10,3 milhões negócios informais do país (BNDES, 2011). Esta nova figura jurídica recebe grande apoio para estudos sobre suas características e necessidades (BNDES/FEP, 2011; BRASIL, 2008). Em função disto, esta pesquisa parte da seguinte questão: **Os pequenos negócios do município de Três Lagoas – MS têm necessidade de crédito?**

O objetivo deste trabalho consiste em verificar se os pequenos negócios do município de Três Lagoas – MS têm necessidade de crédito financeiro. Além disto, pretende-se fazer um estudo comparativo dos resultados encontrados entre os Empreendedores Individuais e negócios informais e, por fim, também, pretende-se contribuir para a existência de oferta de crédito aos pequenos negócios.

Esta pesquisa limita-se a entrevista de Empreendedores Individuais, que abriram seus negócios no ano de 2010, além dos demais negócios selecionados, os quais possuem as mesmas características destes empreendedores, que, no entanto, ainda não formalizaram-se. O trabalho será organizado de forma que a próxima seção destaca o Empreendedor Individual e sua legislação, bem como a relação dos pequenos negócios com clientes e fornecedores. Na terceira seção estará a metodologia, e na quarta as discussões em relação à pesquisa desenvolvida. Finalmente, a última seção contém considerações finais e sugestões de pesquisas futuras.

2 CAPITAL DE GIRO E O CRESCIMENTO DO NEGÓCIO

O sucesso dos pequenos negócios depende muito do capital humano de seus proprietários-gerentes (JONES et al., 2007). São suas decisões de gestão em ajuste às mudanças das condições externas, que promovem o crescimento da pequena empresa. (SMALLBONE; LEIGH; NORTH, 1995). A percepção das

oportunidades de crescimento, por parte deste empreendedor é parte fundamental e primária para que ele ocorra, segundo Penrose (2006).

O crescimento do negócio depende de recursos financeiros, que provém, ou pelos lucros da empresa ou pro empréstimos de terceiros. Sem dúvida, o investimento revertido a partir do lucro é mais barato e rápido. Mas o crescimento exige muitas vezes maior capital, então o empreendedor opta por buscar recursos por meio de financiamentos. Penrose (2006) expõe a dificuldade de firmas menores para captar recursos financeiros, limitando sua expansão. A ampliação do capital de giro é considerada pela autora como um dos fatores relacionados ao crescimento das pequenas empresas. Os financiamentos, portanto, são essenciais para o crescimento das empresas, abrindo portas para o aumento de capital e renda, e conseqüentemente geram empregos ajudando o país a crescer. Bragg e Burton (2006) afirmam que este perfil de empreendimentos se utiliza de dois tipos de financiamento: dívidas ou patrimônios. O primeiro é mais utilizado para manutenção ou ampliação dos negócios e o segundo, provindo de capital ou bens dos sócios, é o modo mais comum como aporte financeiro na abertura das empresas, dizem os autores.

Entretanto, apesar de consagrada necessidade de recursos para o crescimento dos pequenos negócios, pela literatura, há um pequeno volume de crédito oferecido a este segmento de mercado, pois possuem capacidade relativamente baixa de tornar rentável o uso do mesmo e sua capacidade de pagamento da dívida ser praticamente nula (NAÇÕES UNIDAS, 2005).

O bom resultado do capital de giro depende dos prazos das vendas dos produtos e da aquisição das matérias-primas. Pesquisas têm comprovado que a orientação de mercado, com a ênfase na competitividade e na satisfação das necessidades dos clientes melhora o desempenho de pequenas empresas e traz vantagens financeiras. As empresas que podem responder às necessidades e preferências dos clientes, melhor satisfazendo-os, atingem melhores níveis nos resultados (O'DWYER; LEDWITH, 2009). Ao explorar a orientação para o mercado de pequenas empresas, O'Dwyer; ledwith (2009) sugerem que as pequenas empresas que estão conscientes dos seus concorrentes, dos produtos que oferecem e por que os clientes compram delas são mais propensas a serem bem sucedidas. Segundo os autores, as pequenas empresas precisam saber quando e porque os clientes compram de concorrentes e também o que atraí-los aos produtos concorrentes.

O perfil dos clientes das empresas do setor informal foi identificado

na pesquisa ECINF (2003) o que inclui se a clientela é fixa ou variável, avaliando também se os clientes são consumidores finais - pessoas físicas -, ou intermediários - pessoas jurídicas. Neste último caso ainda são identificados se empresas do setor público ou privado. Os resultados demonstram que a maior proporção de empresas informais do país operava suas vendas à vista, 44%, e outras 43% vendiam das duas formas, à vista e a prazo. Comum a todos os grupos de atividade investigadas, grande parte destas empresas também pagavam as mercadorias à vista, 41%. E 31% delas consumiam matéria-prima de empresas pequenas. O equilíbrio entre as vendas à vista e a prazo está interligado ao pagamento dos fornecedores, determinando o capital de giro da empresa e o bom gerenciamento do proprietário. Ekanem (2010) afirma que a gestão eficiente do capital de giro é crucial no que diz respeito à prosperidade e sobrevivência das pequenas empresas.

Field e Meile (2008) sugerem que é possível encontrar bons resultados no desempenho financeiro da empresa por meio de investimento estreitando relações com cada fornecedor. Como o vínculo se quebra após a compra do produto ou serviço, esta relação fica muitas vezes difícil de desenvolver, porém a avaliação do serviço prestado ou bem adquirido pode gerar valores diferenciados em futuras negociações. É importante para a pequena empresa, que já possui baixo capital de giro, assegurar que os pagamentos sejam feitos no prazo, pois as negociações com fornecedores dependem sua credibilidade.

Outro fator relevante para as pequenas empresas, com baixo capital de giro é operar com menor estoque. Estudando a tecnologia Enterprise Resources Planning - ERP como vantagem competitiva para as pequenas empresas de manufatura da Inglaterra, Koh e Simpson (2007) concluíram que as empresas que produzem sob encomenda e com pouco estoque se tornam mais competitivas (RIBEIRO NETO, 2008). De acordo com Slack et. al. (1997) citado por Ribeiro Neto (2008), as decisões a respeito da produção estão relacionadas a fatores, de integração vertical, ou seja, a direção e o grau de controle da organização com relação à rede de seus fornecedores e clientes, integrando diferentes etapas do processo produtivo; a cerca das instalações, que definem a localização; o tamanho e as atividades de cada parte da operação; e o arranjo dos recursos que definem o sistema produtivo.

As decisões em relação a localização podem ser influenciadas pela proximidade dos fornecedores, tais como o custo de mão-de-obra, custo da terra, custos de energia, custos de transporte, acesso a matéria-prima; fatores do local,

como a política de impostos, apoio governamental, estabilidade política e macroeconômica, língua, serviços de apoio, infra-estrutura, políticas ambientais, qualificação da mão-de-obra, acesso a matéria-prima; e influências pelo lado da demanda, como por exemplo a competência da mão-de-obra, imagem do local, conveniência para os clientes. O autor ainda afirma que as decisões que definem o tamanho e as atividades de cada parte da operação estão relacionadas à forma de operação mais ou menos centralizada. Ainda é levantado mais um fator decisório, a respeito do arranjo dos recursos que podem ser baseados por aplicação de conhecimento de engenharia de produção, ou sem análise técnica.

O resultado da pesquisa, que analisa artigos nacionais e internacionais investigando as pequenas empresas, Ribeiro Neto (2008) conclui que estas empresas em função da limitação de recursos, têm sua produção direcionada para baixa escala e alta flexibilidade de escopo; quanto à localização das pequenas firmas, percebeu que estas operam independentemente de qualquer fator que indique uma escolha estratégia, como facilidade de acesso a matéria-prima ou cliente. O autor também percebeu que elas são pouco informatizadas, operam com práticas de manutenção corretiva e preventiva, mas buscam assegurar a qualidade de seus produtos.

3 METODOLOGIA

Este estudo iniciou-se pela pesquisa documental, por meio de levantamento bibliográfico, mas também outras fontes, como estudos científicos e sites, que tratam do assunto (MARTINS, 2006).

Foi selecionada a técnica de questionário para coletar os dados a partir dos empreendedores selecionados. Este método é utilizado quando a pesquisa envolve a coleta de informações de uma amostra maior de indivíduos (HAIR JR. et al. 2007). Esta pesquisa limita-se a analisar apenas a necessidade de crédito da amostra selecionada no município de Três Lagoas – MS.

As questões foram previamente elaboradas e o entrevistado limitado-se a escolher apenas as opções a ele oferecidas. O questionário possuirá perguntas fechadas, onde o respondente poderá escolher entre um número determinado de respostas (HAIR JR. et al., 2007). Esta pesquisa tem como meta buscar fatos ocorridos no intervalo de tempo do ano de 2010. Os dados levantados foram obtidos no ano de 2011. Antes da aplicação do questionário foram entrevistados três empreendedores informais, como forma de pré-teste, pois segundo

Cooper e Schindler (2003) é preciso promover os ajustes necessários no modelo, antes de ele ser aplicado.

Para responder a questão de pesquisa, selecionou-se quatro questões. A primeira verifica a forma de venda das mercadorias e serviços dos empreendedores. As opções incluem: à vista, maioria à vista, maioria a prazo, totalmente a prazo e outro. A segunda questão analisa a forma que é adquirida as mercadorias ou matérias-primas para o negócio, se a aquisição é à vista ou a prazo, e neste caso, se ocorre direto com o fornecedor, com cartão de crédito ou cheque, ou outra forma. Estas duas questões foram extraídas da pesquisa ECINF (2003). A terceira investiga se os entrevistados sentiram necessidade de recursos financeiros para o negócio e, por último, a questão retirada da pesquisa ECINF (2003) se os entrevistados buscaram crédito para o empreendimento.

Por fim, para análise do perfil dos empreendedores, ainda questionou-se acerca do gênero e da idade dos entrevistados retirados da pesquisa Greco (2009), resultando em um total de seis questões no modelo. A partir destas definições, criou-se o desenho de pesquisa, que está exposto a seguir.

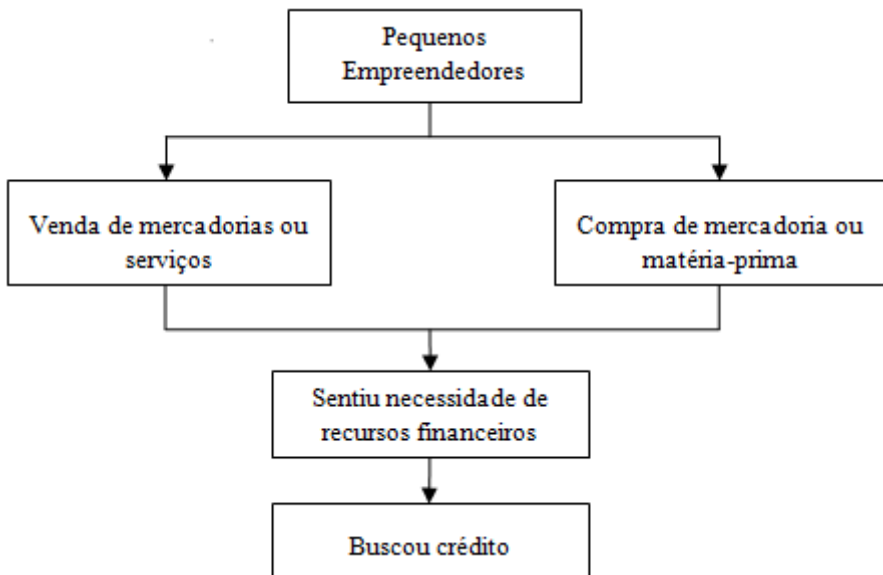


Figura 1 - Desenho de pesquisa

Fonte: Os autores

3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população selecionada para a pesquisa foram os pequenos empreendimentos formais e informais, do município de Três Lagoas – MS. Para a análise foram selecionados como amostra 31 Empreendedores Individuais e outros 31 proprietários de negócios, com as mesmas características destes empreendedores, que não entanto, ainda não se formalizaram. Estes empreendedores abriram seus negócios no ano de 2010, no município selecionado. As entrevistas ocorreram no mês de julho de 2011. A seleção da amostra ocorreu por conveniência, respeitando as regras anteriormente aqui expostas.

3.2 TRATAMENTO DE DADOS

Para obter os resultados da pesquisa fez-se a análise descritiva dos dados, de forma quantitativa, onde cada questão foi considerada uma variável.

O instrumento da pesquisa possibilitou um estudo de contagens ou proporções de cada uma das variáveis em estudo, a partir da análise de variáveis qualitativas (escala de medida nominal ou ordinal), como indicado por Maroco (2007).

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados encontrados na pesquisa apontam para o fato de que os Empreendedores Individuais tem uma distribuição quase igual, 15 mulheres (48,4%) e 16 homens (51,6%). Já entre os informais, encontramos 13 mulheres (41,9%) e 18 homens (58,1%). Em ambos os grupos entrevistados, percebe-se a predominância masculina. A análise dos resultados indica que possivelmente as mulheres têm mais tendência a formalizar-se.

Já em relação à idade dos entrevistados, a Tabela 1, apresentada a seguir, demonstra que a grande maioria dos pequenos empreendedores tem menos de 50 anos. Percebe-se aqui também a ausência dos idosos nos pequenos negócios.

Tabela 1 – Idade dos empreendedores

IDADE	Formais	%	Informais	%
Menos de 30 anos	10	32,26	5	16,10
De 31 a 40 anos	11	35,48	5	16,10

De 41 a 50 anos	5	16,10	14	45,20
De 51 a 60 anos	4	12,90	6	19,40
Mais de 60 anos	1	3,20	1	3,20
Total	31	100,00	31	100,00

Fonte: Os autores

A Figura 2 demonstra que os empreendedores informais tendem a ser mais velhos que os formais, pois sua maior concentração está na faixa etária de 41 e 50 anos, enquanto os formalizados estão mais entre 31 e 40 anos, seguidos pelos que têm menos de trinta anos.

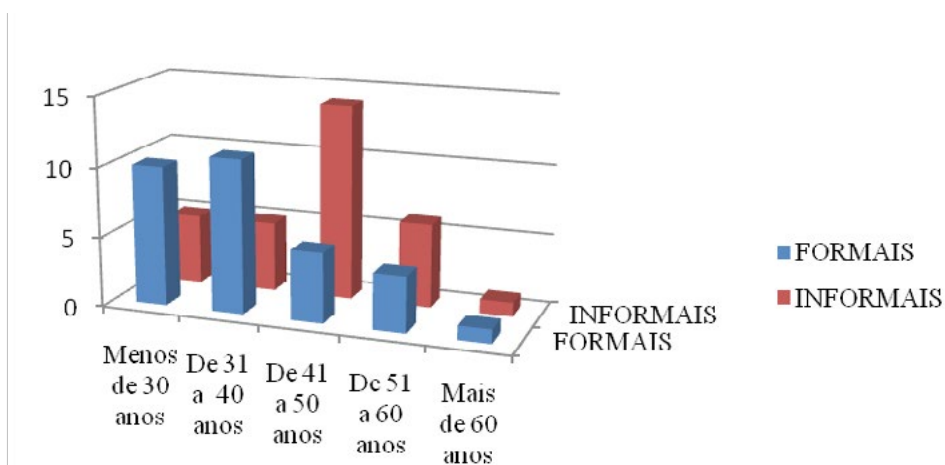


Figura 2 – Idade dos formais e informais

Fonte: Os autores

Os resultados da pesquisa demonstram, de acordo com a Tabela 2, que a grande maioria dos empreendedores vende sua mercadoria ou serviço à vista, ou maior parte à vista. A tabela ainda oferece a informação de que os negócios informais vendem mais a prazo do que os formalizados.

Tabela 2 – Forma de Venda de produtos/serviços dos negócios

RECEBIMENTO DAS VENDAS	Formais	%	Informais	%
Só à vista	15	48,39	9	29,03
Maior parte à vista	8	25,81	9	29,03

Maior parte à prazo	6	19,35	7	22,58
Só a prazo	1	3,23	4	12,90
Outro	1	3,23	2	6,45
Total	31	100,00	31	100,00

Fonte: Os autores

A Tabela 3 apresenta a compra de mercadorias para revenda, ou no caso dos prestadores de serviço e pequenas indústrias, a matéria-prima. Nela evidencia-se que ambos os grupos tem uma média de 60% dos pagamentos à vista. Este dado indica a grande necessidade de recursos para capital de giro, pois apenas quando se paga o fornecedor a prazo é que se pode fornecer prazo ao cliente. Nota-se também que o total dos empreendedores que compram à vista supera o total das vendas à vista, indicando ainda, desconhecimento no gerenciamento do negócio ou a necessidade de vender a prazo, para não perder clientela, arcando pessoalmente com o prejuízo auferido. Outra informação extraída aqui está no fato de que a maior fonte de financiamento deles vem diretamente do fornecedor, demonstrando haver um grande mercado aos bancos locais para lhes fornecerem crédito.

Tabela 3 – Forma de aquisição de mercadorias/matéria-prima dos negócios

RECEBIMENTO DAS VENDAS	Formais	%	Informais	%
À vista	17	58,62	19	61,29
Financiamento loja/ fornecedor	5	17,24	5	16,13
Cheque pré-datado	3	10,34	3	9,68
Cartão de crédito	2	6,90	2	6,45
Outro	2	6,90	2	6,45
Total	29	100,00	31	100,00

Fonte: Os autores

Quando questionados se sentiram necessidade de recursos financeiros para investimento no negócio, 24 os Empreendedores Individuais (77,42%) afirmam que sim, enquanto 7 deles disseram que não (22,58%). Entre os informais, 18 (58,06%) sentiram necessidade e 13 não (41,94%).

Investigou-se então, se esta necessidade de recursos financeiros percebida por eles coincide com a necessidade real de investimentos. Foram ana-

lisados para tanto, apenas os empreendedores que adquirem mercadorias ou matéria-prima à vista. A Figura 3 apresenta o resultado onde os Empreendedores Individuais tiveram uma maior percepção da sua necessidade de maiores recursos. Este fato pode estar relacionado à escolha pela formalização, pois esta atitude possibilita, ao possuírem CNPJ, crédito junto aos bancos, solucionando a dificuldade percebida.

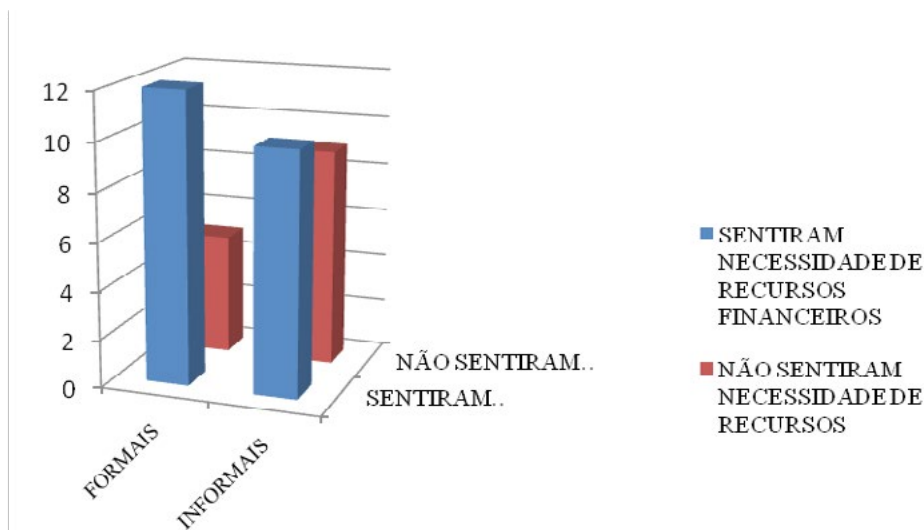


Figura 3 – Necessidade de recursos financeiros de quem compra mercadorias à vista.

Fonte: Os autores

Ao averiguar se, ao perceberem que precisam de investimento nos negócios, inferiu-se por fim, se os empreendedores buscaram crédito bancário, como forma de aumentar o capital de giro, ou até recursos para investimentos de ampliação do empreendimento. Os resultados apresentados concluem que apenas 7 (22,58%) dos 31 formais buscaram crédito, e, em menor quantidade os informais, 5 (16,13%) dos 31 fizeram o mesmo.

A Tabela 4 demonstra que a busca por crédito entre o gênero feminino, além de ser em maior ocorrência do que o gênero masculino, as proprietárias de negócios formalizados também recorreram mais ao crédito, sugerindo que a legalização pode estar fortemente relacionada à busca por crédito.

Tabela 4 – Busca de crédito por Gênero

BUSCOU EMPRÉSTIMO	GÊNERO							
	Masculino				Feminino			
	Formais	%	Informais	%	Formais	%	Informais	%
Sim	2	12,50	2	11,11	5	33,33	3	23,08
Não	14	87,50	16	88,89	10	66,67	10	76,92
Total	16	100,00	18	100,00	15	100,00	13	100,00

Fonte: Os autores

Outro dado fornecido pela estatística descritiva está na característica da busca por crédito dos empreendedores formalizados, onde 4 deles compram suas mercadorias ou matéria-prima à vista, e três compram a prazo. Já nos negócios informais, 3 deles compram à vista e um apenas com cartão de crédito, que evidentemente está em nome da pessoa física. Percebe-se assim que, além dos Empreendedores Individuais já possuírem credibilidade do banco ou do fornecedor, ele tem buscado mais crédito para seu negócio do que o informal.

Para finalizar, é importante concluir que muitos empreendedores perceberam a necessidade de maiores investimentos no negócio, no entanto, por algum motivo, não buscaram crédito para suprir esta necessidade, como pode ser percebida na Tabela 5.

Tabela 5 – Necessidade de recursos financeiros e a busca por crédito

NECESSIDADE DE RECURSOS	FORMAIS				INFORMAIS			
	Sim	%	Não	%	Sim	%	Não	%
Buscou crédito	7	29,17	0	0,00	4	22,22	1	7,69
Não buscou crédito	17	70,83	7	100,00	14	77,78	12	92,31
Total	24	100,00	7	100,00	18	100,00	13	100,00

Fonte: Os autores

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados desta pesquisa indicam que os empreendedores formalizados são mais jovens que os informais, o que pode indicar a conscientização da necessidade de regularização do negócio pela nova geração, ou que estes

percebem na legalização de sua empresa uma ferramenta para o crescimento.

Outro fato interessante está na diferença entre os gêneros. As mulheres aparentam buscar mais crédito do que os homens, fato que se intensifica quando elas são formalizadas.

A análise da necessidade de recursos financeiros dos pequenos negócios no município de Três lagoas- MS demonstra que os Empreendedores Individuais perceberam mais a falta de recursos para investimento no negócio do que os empreendedores informais, embora entre ambos os grupos esta foi a opção mais assinalada.

A investigação da real necessidade de recursos financeiros também confirmou o fato, já que a grande maioria dos empreendedores vende e compra suas mercadorias ou serviços à vista, não restando capital de giro para investimento em aumento de produção ou instalações. Sendo ainda que alguns deles compram à vista e vendem a prazo, agravando seu déficit financeiro.

Apesar da percepção desta necessidade, a maioria deles não buscou crédito bancário para ampliar seu capital de giro. Entretanto, os empreendedores formais apresentaram mais interesse nos empréstimos, dado que sugere uma ligação entre a legalização dos negócios e a busca por crédito. Com o crescimento da formalização no Brasil, percebe-se que existe grande campo para os bancos que possuem linhas de financiamentos a este segmento do mercado.

Sugere-se ainda aqui, para pesquisas futuras, se estes empreendedores obtiveram crédito, quando buscado, suas dificuldades para obtenção dos empréstimos, além da confirmação da relação entre a formalização e a motivação para a abertura do negócio.

6 REFERENCIAS

ALLEE, K. D.; YOHN, T. L. The Demand for Financial Statements in an Unregulated Environment: An Examination of the Production and Use of Financial Statements by Privately Held Small Businesses. V. 84, N. 1. The Accounting Review. American Accounting Association, p. 1–25, 2009.

BNDES/FEP. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Chamada Pública de Seleção de Pesquisas Científicas (PAPERS). BNDES/FEP nº 01/2011 – FEP Microempreendedor Individual Fundo de Estruturação de Projetos (FEP).

BRASIL. Micro Empreendedor Individual – MEI. Lei Complementar nº 128/08, de

19 de dezembro de 2008.

BRAGG, S. M.; BURTON, E. J. Accounting and Finance for your Small Business. 2 ed. PricewaterhouseCoopers. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2006. Disponível em: www.books.google.com.br

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de Pesquisa em Administração. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ECINF. Economia Informal Urbana – 2003. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/ecinf/2003>. Acessado em 28 de outubro de 2010.

EKANEM, I. Liquidity management in small firms: a learning perspective.V. 17. N 1. p. 123-138. Journal of Small Business and Enterprise Development. London, 2010.

FIELD, J.; MEILE, L. Supplier relations and supply chain performance in financial services processes. V. 28 N. 2. pp.185-206. International Journal of Operations & Production Management. Massachusetts, 2008.

HAIR Jr., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração. Porto Alegre: Bookman, 2007.

JONES, O.; MACPHERSON, A.; THORPE, R.; GHECHAM, A. The evolution of businessknowledge in SMEs: conceptualizing strategic space. Strategic Change, Vol. 16., 2007. pp. 281-94.

MAROCO, J. Análise Estatística: com utilização do SPSS. 3. ed. Lisboa: Sílabo, 2007.

MARTINS, G. A. Estudo de caso: Uma estratégia de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.

McMAHON R. G. P.; STANGER, A. M. J. Understanding the small enterprise financial objective function. Entrepreneurship Theory and Practice, v. 19, N. 4, p. 21-38, 1995.

MEIRA, A.; ROCHA, F.; COSTA, L.; SILVA, W. Avaliação do grau de empreendedorismo de empreendedores por necessidade. Diálogo e interação. V. 2, 2009. Disponível em <http://www.faccrei.edu.br/dialogoeinteracao> Acesso em 01.02.2011.

NAÇÕES UNIDAS. Crédito Bancário no Brasil: Participação das pequenas empresas e condições de acesso. José Mauro de Moraes. Proyecto Regional sobre “Movilización de los recursos locales mediante el microcrédito y oportunidades para la gestión de servicios urbanos”, CEPAL-Gobierno de Italia (ITA/02/047). Brasília: Nações Unidas, nov 2005. Disponível em: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/23902/LCL2422-P.pdf> acessado em 12.08.2010

O'DWYER, M.; LEDWITH, A. Determinants of new product performance in small firms. V. 15 N. 2 pp. 124-136. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Ireland, 2009.

PENROSE, E. Teoria do crescimento da firma. Campinas: Unicamp, 2006.

RECEITA FEDERAL. Roteiro do Empreendedor Individual. Publicado em 05.10.2009. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/publico/SimplesNacional/Roteiro_do_Empreendedor_Individual_RFB_2009.doc>. Acesso em 8 set. 2009.

RIBEIRO NETO, A. B. Fatores que Impactam o Desempenho de Pequenas Empresas. Tese (doutorado). Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2008.

RODRIGUES, Cari. Mais de 96% das pequenas empresas gaúchas estão na informalidade. Agência SEBRAE de notícias RS. Disponível em: <www.sebraers.interjournal.com.br/noticia.kmf?>>. Acesso em: 9 nov. 2009.

SMALLBONE, D.; LEIGH, R.; NORTH, D. The characteristics and strategies of high growth SMEs. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 1 No. 3, 1995. pp. 44-62.