

MONIQUE CRISTINA DE OLIVEIRA
PEDRO HENRIQUE MARQUES COÉRCIO
TATIANE APARECIDA DOS SANTOS

AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESTADO DE SÃO PAULO
E NO MUNICÍPIO DE MARÍLIA

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Administração de empresas da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas.

Orientador:
Prof. Ms. ELAINE MORAIS FERREIRA

MARÍLIA
2008

MONIQUE CRISTINA DE OLIVEIRA
PEDRO HENRIQUE MARQUES COÉRCIO
TATIANE APARECIDA DOS SANTOS

AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
NO ESTADO DE SÃO PAULO
E NO MUNICÍPIO DE MARÍLIA

Banca Examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso de Administração de Empresas do UNIVEM/F.E.E.S.R., para obtenção do Grau de Bacharel em Administração de Empresas.

Resultado:

ORIENTADOR: _____
Prof. Ms.Elaine Morais Ferreira

1º EXAMINADOR: _____
Prof.

2º EXAMINADOR: _____
Prof.

Marília, ____ de _____ de 2008.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, por iluminar o nosso caminho, e nos dar a esperança de ter dias melhores.

Aos nossos Pais, amigos e amores que sempre nos apoiaram e estiveram ao nosso lado nunca nos deixando desanimar.

*Agradecemos a nossa orientadora, Prof^a. Elaine e aos professores que compuseram a banca.
Nosso muito obrigado!*

"É melhor tentar e falhar,
que preocupar-se e ver a vida passar;
é melhor tentar, ainda que em vão,
que sentar-se fazendo nada até o final.
Eu prefiro na chuva caminhar,
que em dias tristes em casa me esconder.
Prefiro ser feliz, embora louco,
que em conformidade viver ..."
Martin Luther King

OLIVEIRA, Monique Cristina de; COÉRCIO, Pedro Henrique Marques; SANTOS, Tatiane Ap. dos. **As Micro e Pequenas Empresas no Estado de São Paulo e no Município de Marília**. 2008. 54 f. Trabalho de Curso em Administração de Empresas – Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Marília, 2008.

RESUMO

A presente monografia tem como objetivo o estudo da importância e dificuldades que enfrentam as Micro e Pequenas Empresas no Estado de São Paulo e no Município de Marília, assim destacando sua importância na economia brasileira e na geração de empregos. O cenário é competitivo e apresenta constantes mudanças e dificuldades. Inúmeros fatores influenciam o desempenho das micro e pequenas empresas e os empreendedores buscam melhorias para se adaptar ao mercado exigente. O SEBRAE é um órgão de apoio, auxiliando-as na direção dos negócios, mesmo antes de serem abertas, possuindo diversas pesquisas à disposição. Existe também uma Incubadora na cidade, que é mantida através da junção de ações entre a Fundação de Ensino Eurípides-UNIVEM, SEBRAE e Prefeitura de Marília. O texto apresenta o surgimento, a descrição das MPEs no estado de São Paulo e na cidade de Marília fazendo uma análise da mortalidade e o despreparo dos proprietários na administração dessas empresas.

Palavras-chave: Micro e pequenas empresas. Marília. Sebrae. Empreendedores.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Armazém e Pequenos vendedores	17
Figura 2 - Pequenos produtores e tropeiros	18
Figura 3 - Pequeno comércio.....	19
Figura 4 - Pequeno empresário do setor de serviços pessoais	20
Figura 5 - Principais regiões do Estado de São Paulo	31

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADIMA: Associação das Indústrias de Alimentos de Marília

ANPROTEC: Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores

APEX: Agência de Promoções de Exportações

BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CIEM: Centro Incubador de Empresas de Marília

FAMPE: Fundo de Aval às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS: Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços

INSS: Instituto Nacional do Seguro Social

IPI: Imposto sobre Produtos Industrializados

MPEs: Micro e Pequenas Empresas

RAIS: Relação Anual de Informações Sociais

REFIS: Programa de Recuperação Fiscal

SEBRAE: Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas

SIASG: Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Número de estabelecimentos por porte	32
Gráfico 2 - Estabelecimentos Micro e Pequenas empresas por setor de atividade	32

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Indústria	24
Tabela 2 - Comércio e Serviços.....	24
Tabela 3 - São Paulo (2004)- MPEs no Comércio, por tipo de atividade	33
Tabela 4 - São Paulo (2004)- MPEs de Serviços, por tipo de atividade.....	34
Tabela 5 - São Paulo (2004)- MPEs na Indústria, por tipo de atividade	35
Tabela 6 - São Paulo - Evolução das MPEs, entre 2000 e 2004.....	36
Tabela 7 - SP Criação estabelecimentos, entre 2000 e 2004, por setor de Atividades.	36
Tabela 8 - Capacidade de produção do setor alimentício.....	38
Tabela 9 – Potencial de Consumo de Marília.....	39
Tabela 10 - Porte das empresas com relação ao faturamento anual	40
Tabela 11 - Representatividade das MPE's	40
Tabela 12 - Empresas Incubadas do CIEM	43
Tabela 13 - Empresas Associadas do CIEM	44
Tabela 14 - Empresas Graduadas do CIEM.....	45

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1 – O SURGIMENTO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA (MPES)	13
1.1 Importância das Micro e das Pequenas Empresas na Economia Brasileira.....	24
1.2 A Tributação das Micro e Pequenas Empresas.....	27
1.3 Política Governamental.....	28
CAPÍTULO 2 – MPES NO ESTADO DE SÃO PAULO.....	31
CAPÍTULO 3 – AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA CIDADE DE MARÍLIA	37
CONCLUSÃO.....	48
REFERÊNCIAS	50
ANEXOS	52

INTRODUÇÃO

Administrar uma empresa nos dias atuais requer muito mais que conhecimento, requer antes de tudo, planejamento.

É necessário no mundo dos negócios ter objetivos definidos, idéias claras, estratégias de ação para todas as situações evitando-se ambigüidades e hesitações nas horas mais difíceis, pois o mercado é competitivo e cheio de desafios.

Tendo-se por base o Estado de São Paulo estima-se que há mais de 4.605.607 micro e pequenas empresas e esse número vêm aumentando cada vez mais. Dessa forma o mercado que cresce nem sempre é para todos.

Atualmente a economia é considerada estável e em expansão, com aumento do mercado consumidor, pelo acesso de parte da população pertencente à classe D e E aos bens e serviços oferecidos, migrando para as classes C e até B, ocorrendo um processo de aumento do consumo, principalmente de bens duráveis.

Com esse crescimento econômico, muitas pessoas se arriscam para tentar ter seu próprio negócio ou para fazer novos investimentos, mas diante da globalização¹ a aventura dos empresários é um risco grande, pois com a mesma facilidade que se abre uma empresa, fecha-se também.

Segundo o SEBRAE (2002), cerca de 50% das empresas, encerram as atividades em dois anos de existência, 56,4% em três anos e 59,9% em quatro anos.

No mercado atual, o consumidor é mais exigente e mais bem informado, busca produtos com qualidade e preço acessível; o consumidor pesquisa e faz suas comparações com os concorrentes, querem conforto e qualidade de atendimento.

Este trabalho apresentará como estrutura o capítulo 1 - O Surgimento da Micro e Pequena Empresa, capítulo 2 - MPES no Estado de São Paulo e capítulo 3 - As Micro e Pequenas Empresas na Cidade de Marília, tendo como objetivo, mostrar a importância das MPES na economia brasileira, e mostrar também as dificuldades que essas empresas enfrentam.

A falta de conhecimento dos proprietários transforma em uma aventura o que poderia ser uma gestão de qualidade e sucesso. Além das barreiras impostas pelo governo, como altos impostos e dificuldade de fazer empréstimo junto a um banco ou para fazer um financiamento

¹ Globalização processo de intensa interdependência, principalmente econômica, entre os países.

devido às burocracias existentes e as taxas elevadas de juros, tornando um empreendimento novo ou uma expansão de empresa uma atitude a ser tomada com muita consciência.

Diante dessa visão de fazer compreender melhor uma gestão de negócios de forma mais atenta com o mundo das micro e pequenas empresas é que foram elaboradas e analisadas algumas questões fundamentais para o sucesso lucrativo dessas.

CAPÍTULO 1 - O SURGIMENTO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA.

Desde a Pré-História o homem vem transformando matérias-primas em produtos úteis à sua sobrevivência, surgindo assim o artesanato. Nesse processo de produção, o artesão domina todas as etapas de transformação da matéria-prima até chegar ao produto final, não há salário e nem divisão do trabalho.

Já na Idade Moderna cada um desempenhava uma atividade específica, utilizando principalmente a mão para transformar a matéria-prima, fazendo surgir o que se denominou de manufatura. Esse processo de produção caracterizou-se basicamente pela divisão do trabalho e aumento da produtividade.

Com a entrada dos equipamentos e máquinas a vapor, que produziam em grande escala acarretou uma grande influência na economia mundial, que marcou o fim da era moderna e o começo da Idade Contemporânea mais conhecida como Revolução Industrial. Ela é o ponto de partida para falarmos da evolução nos processos produtivos.

A Revolução Industrial teve início no século XVIII, na Inglaterra, com a mecanização dos sistemas de produção. A burguesia industrial, ávida por maiores lucros, menores custos e produção acelerada, buscou alternativas para melhorar a produção de mercadorias. Também pode-se apontar o crescimento populacional, que trouxe maior demanda de produtos e mercadorias.

A segunda fase da Revolução Industrial foi de 1860 a 1900, e é caracterizada pela difusão dos princípios de industrialização na França, Alemanha, Itália, Bélgica, Holanda, Estados Unidos e Japão. Cresce a concorrência e a indústria de bens de produção. Nessa fase as principais mudanças no processo produtivo são a utilização de novas formas de energia como, por exemplo, elétrica e derivada de petróleo. A revolução industrial caracteriza-se pela produção industrial em grande escala voltada para o mercado mundial, com uso intensivo de máquinas.

A Revolução tornou os métodos de produção mais eficientes e rápidos, barateando o preço e estimulando o consumo dos produtos. Por outro lado, aumentou também o número de desempregados. As máquinas foram substituindo, aos poucos, a mão-de-obra humana. A poluição ambiental, o aumento da poluição sonora, o êxodo rural e o crescimento desordenado das cidades também foram conseqüências nocivas para a sociedade. A Revolução Industrial significou a substituição da ferramenta pela máquina, e contribuiu para consolidar o capitalismo como modo de produção dominante. Esse momento revolucionário, da passagem

da energia humana para motriz, é o ponto culminante de uma evolução tecnológica, social, e econômica.

A partir da máquina, fala-se numa primeira, numa segunda e até numa terceira e quarta Revolução Industrial. Porém, se concebermos a industrialização, como um processo, seria mais coerente falar-se num primeiro momento (energia a vapor no século XVIII), num segundo momento (energia elétrica no século XIX) e num terceiro e quarto momentos, representados respectivamente pela energia nuclear e pelo avanço da informática, da robótica e do setor de comunicações ao longo dos séculos XX e XXI, porém aspectos ainda discutíveis. (BRASILESCOLA, 2008, P.01)

Assim, as empresas começam a buscar qualidade nos produtos, a concorrência passa a existir com maior frequência, as empresas começam a aperfeiçoar técnicas de produção e baixar custos, tendo de melhorar a sua linha de produção para poder concorrer com as multinacionais.

As indústrias tendo de fabricar produtos de qualidade e em um curto espaço de tempo, começam a terceirizar produtos para empresas de pequeno porte, assim as micro e pequenas empresas (MPEs) começam a ter espaço nesse ambiente extremamente competitivo.

Especificamente no Brasil as pequenas empresas estão ligadas à prestação de serviços ou a atividade agrícola. Dos pequenos empreendedores do início da história aos microempresários que atuam em centrais de distribuição, quitandas, indústria, transporte, bares e restaurantes, foi construída uma imensa classe de capitalistas responsáveis pelo abastecimento e pela prestação de serviços urbanos.

O “descobrimento” do Brasil trouxe para a Coroa Portuguesa uma grande preocupação. Como evitar que holandeses, franceses e ingleses invadissem as novas terras para reclamar um pedaço do “Novo Mundo”. Portugal naquela época apresentava apenas dois milhões de habitantes, o que era insuficiente para ocupar, colonizar e defender uma área tão vasta. Além disso, os empresários portugueses estavam interessados em investir em negócios nos solos brasileiros, mas investir no Brasil era desperdício para os investidores. Portugal para manter controle sobre o Brasil deveria manter uma estrutura produtiva local. Com um sistema produtivo seria possível cobrarem impostos necessários para pagar os custos da defesa do novo território. Afinal, navios, portos e fortes precisariam ser construídos e reparados; soldados deveriam ser armados e remunerados e, sobretudo, empreendedores precisariam ser atraídos para a nova colônia. Todo esse esforço exigia uma grande quantidade de recursos, de pessoas e de empreendedores. (Revista da Micro e Pequena Empresa, 2007, p. 53-65)

A descoberta de ouro na América Espanhola despertou o interesse dos demais povos europeus pelo “Novo Mundo”, sendo assim, Portugal teria um grande desafio em ocupar a economia do Brasil, buscando atrair investimentos e suportar os pesados fretes e os gastos da defesa da colônia.

O produto que apresentava vantagens produtivas e preço era o açúcar, conhecido na Ásia antes de Cristo, era uma especiaria extremamente valiosa. Artigo de luxo, também utilizado como remédio, era consumido apenas por ricos senhores feudais e comerciantes.

Por existirem pequenos empresários de cana-de-açúcar na Ilha da Madeira, fez com que a escolha portuguesa se desse por essa cultura no Brasil.

A implantação do sistema agrícola no Brasil no século XVI foi um grande avanço econômico no País, gerando empregos, renda e oportunidades de novos negócios, sendo a primeira atividade produtiva brasileira organizada no país.

Porém com a invasão holandesa a agricultura canavieira nordestina apresentou um período de crise no Brasil, o descobrimento do ouro, elevando os preços dos escravos, ajudou a piorar a situação dos engenhos nordestinos (PALACIOS, 2002, 38-39).

Ao contrário da cana-de-açúcar, na qual se encontra a exploração em larga escala, as atividades secundárias apresentavam outras formas e tipos de organização. São pequenas unidades na qual o próprio proprietário que trabalha. Trata-se, portanto, do pequeno empresário agrícola voltado para o abastecimento das vilas que vão surgindo no litoral brasileiro. Os primeiros pequenos empresários brasileiros seriam formados, sobretudo, por indígenas que passaram a produzir alimentos para trocar por objetos e mercadorias que tanto prezavam. Com a mestiçagem, constituíram o que mais tarde se chamou de “caboclos”, e formaram o embrião de uma classe média entre os grandes proprietários e os escravos.

A economia brasileira não ficou apenas voltada à produção da cana-de-açúcar, mas também a variedade de produtos extraídos, cultivados e manufaturados no Brasil, como flores, frutas, especiarias e ervas.

Pequenos agricultores no nordeste do Brasil se dedicaram à produção do fumo. Mas a coroa portuguesa identificando que a falta de alimentos poderia desestabilizar os preços dos produtos, declarou uma guerra com o Brasil. Impedidos de exercer essa atividade produtiva os pequenos empresários foram obrigados a se voltar para a produção de alimentos e para a subsistência (PALACIOS, 2002: 40-43).

Porém, os empresários excluídos do mercado, buscaram uma nova oportunidade para investir, o algodão. No final do século XVIII, a produção do algodão impulsionou o

desenvolvimento de inúmeros pequenos empreendimentos, porém foi apresentada uma decadência na produção da cana-de-açúcar.

A corrida pelo “mercado” foi tão forte quem em 1785 instalou-se, “[...] nos principais centros urbanos da região – sobretudo no porto do Recife – uma intensa crise de abastecimento alimentar, que somente seria debelada na década de 1820”. (PALACIOS, 2002, p.48). Medidas de proibição do cultivo do algodão foram decretadas obrigando os pequenos agricultores a voltarem ao cultivo da mandioca, de alimentos e a fabricação de farinha.

Tudo indica que a pequena empresa brasileira surgiu no setor agrícola, sendo suas origens os índios brasileiros que se dedicavam à agricultura, e pequenos fornecedores de alimentos para os centros urbanos. A pequena empresa participava diretamente da atividade econômica principal.

Segundo FERLINI (2002, p.28), a polarização da sociedade colonial entre senhores e escravos esconde uma extensa gama de grupos intermediários.

Compunham o universo social do Nordeste açucareiro: mercadores, roceiros artesãos, oficiais de açúcar, lavradores de roça e mesmo desocupados. Havia, portanto, uma grande diversidade de livres proprietários e livres pequenos proprietários brasileiros, de origem branca, mesclados de mulatos. Mas, até o século XVIII, o papel de lavradores de cana limitou-se aos colonos brancos.

Com a chegada da família real portuguesa ao Rio de Janeiro no início o século XIX, a produção interna de alimentos se transformou em um verdadeiro “sistema de abastecimento” que ligava diversas regiões do Brasil. Uma grande oferta de produtos locais nas cidades brasileiras era oferecido pelos pequenos vendedores, como: abacaxi, açai, araçá, banana, cajá, caju, etc.

O Brasil mesmo antes de se tornar um país independente, havia uma grande quantidade de micro e pequenas empresas que atuavam nos ramos da agricultura, manufaturas, serviços e comércio.

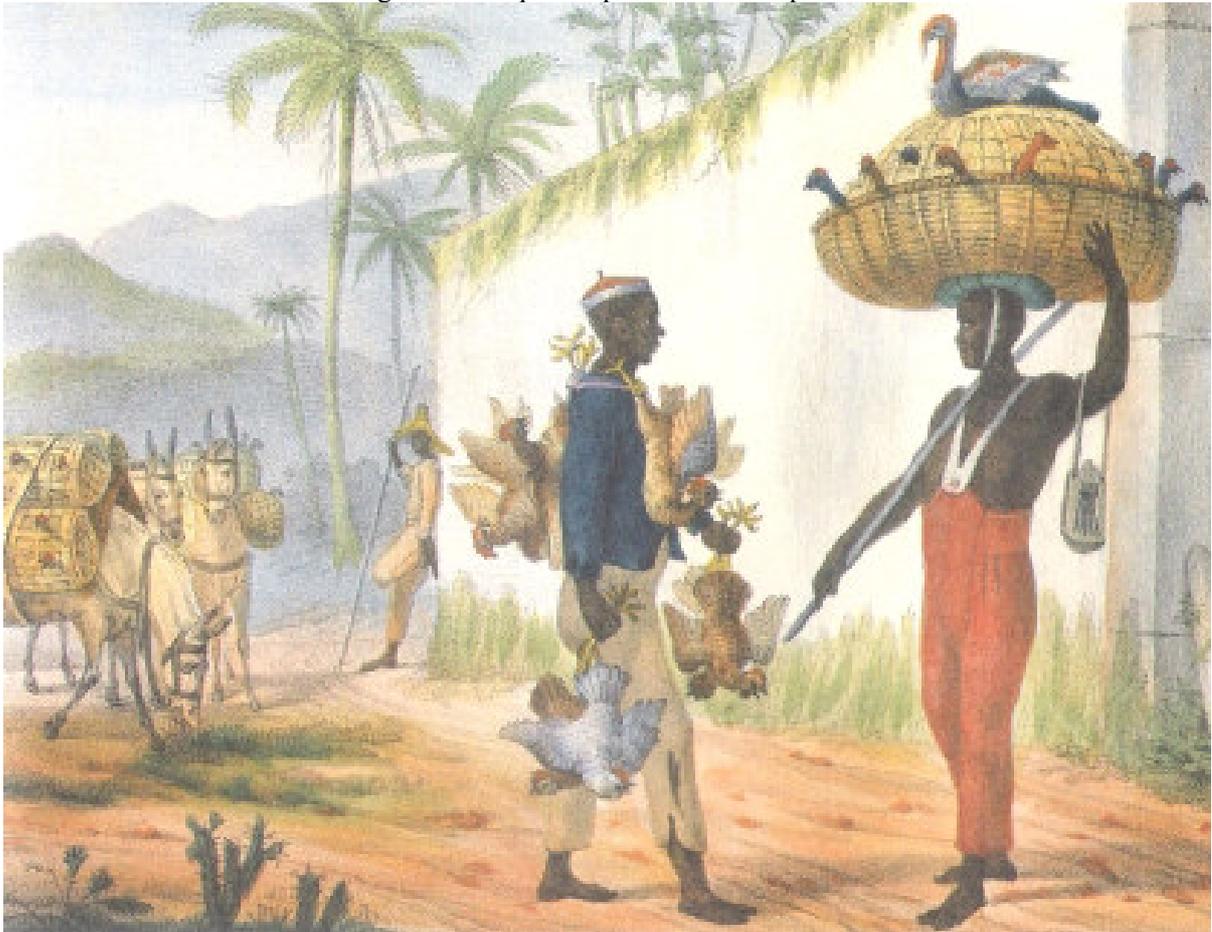
Figura 1 – Armazém e Pequenos vendedores



Fonte: RUGENDAS, Joram Moritz. Viagem Pitoresca Através do Brasil. 1998.

Nessa obra de Joram Moritz Rugendas nota-se uma cena típica do Brasil Colonial. Pode ser identificada uma loja de viveres e escravos vendedores de pequenos produtores de alimentos, e produtos manufaturados. Sendo um verdadeiro ponto de encontro social, no qual se constitui o pequeno empreendimento.

Figura 2 – Pequenos produtores e tropeiros



Fonte: DEBRET, Jean Baptiste. Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil. (s/d).

Debret retrata os pequenos produtores de alimentos que abasteciam as cidades brasileiras do século XIX. Muitos transportavam seus produtos por meio de caravanas comandadas por tropeiros que, podem ser considerados os primeiros empresários brasileiros no ramo de transporte terrestre. Pecuaristas, criadores de muas, pequenos fabricantes de embarcações, carros e proprietários de barcos também faziam parte dessa extensa rede de infra-estrutura de transporte e abastecimento do Brasil colonial.

Figura 3 – Pequeno comércio



Fonte: DEBRET, Jean BApstiste. Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil. (s/d).

A figura 03 descreve uma venda onde uma negra oferece limões de cheiro e polvilho com os quais os foliões se divertiam no carnaval carioca. Segundo DEBRET (1834, p.26), a fabricação desses produtos ocupa toda a família do pequeno capitalista. Produzidos por dezenas de microempresários os limões de cheiro garantiam, além da descontração, uma oportunidade lucrativa para muitos pequenos fabricantes e vendedores nas festividades do carnaval.

Figura 4 – Pequeno empresário do setor de serviços pessoais



Fonte: DEBRET, Jean Baptiste. Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil. (s/d).

Na figura 04, apresenta os detalhes do interior de um pequeno negócio no Brasil colonial. Trata-se de um pequeno proprietário dedicado ao ramo de serviços pessoais. Dois negros livres, de grande conhecimento e espírito empreendedor, atuam como barbeiro, cabeleireiro, dentista, sangrador e aplicador de sanguessugas. Prática médica muito comum na época, mas que somente profissionais habilidosos podiam executar.

Suas origens vieram dos colonizadores (portugueses, belgas e holandeses) e dos índios brasileiros.

Os primeiros pequenos empresários brasileiros atuavam na agricultura, transporte, manufatura, serviços e comércio. Porém a pequena empresa participava diretamente da atividade econômica principal o que lhe conferia uma importância econômica.

Feito esse resgate histórico dos pequenos negócios no Brasil, será discorrido sobre o seu papel atual, em especial junto às grandes empresas.

No Brasil, têm ocorrido reestruturações das empresas, principalmente das grandes empresas, o que por sua vez passou a exigir qualificações das pequenas empresas dentro do contexto de reorganização industrial conduzido pelas grandes empresas. Como acentua Souza (1995, p.23) apud Ferreira (2000, p.07): “A partir das reformulações das estratégias das grandes empresas, as articulações entre empresas ganham novos contornos e passam a integrar o rol dos condicionantes do aumento da competitividade industrial”.

Para Souza (1995, p.80) apud Ferreira (2000, p.08), uma possibilidade concreta para a inserção de pequenas empresas está em uma associação entre pequenas e grandes empresas, a exemplo do que ocorre no Japão com a empresa-rede: “O caráter complementar da relação pequeno/grande empresa é o elemento nuclear para a inserção da pequena empresa”.

Ainda segundo Ferreira (2000, p.08):

A formação de redes compreende relações de sub-contratação envolvendo uma grande empresa contratante e vários pequenos produtores a ela ligados, e configuram normalmente relações de dependência das pequenas empresas sub-contratadas às empresas contratantes. A subcontratação, porém, é apenas uma das formas de ligação entre grandes empresas e pequenas empresas, elas podem acontecer através de franquias, formação de clusters (aglomerado de empresas), pequenas empresas em setores de ponta, etc.

Para Souza: “As relações das pequenas empresas e grandes empresas assumem formas múltiplas, desde o controle puro em um grupo industrial, até simples reação de clientes e fornecedores, passando por diversos tipos de subcontratação”. (SOUZA, 1998, p.17) apud Ferreira (2000, p.09).

Com essas mudanças vários grupos de pequenas empresas são beneficiados, mas só as empresas que possuem qualificações, pois está cada vez mais difícil entrar nesse seleto grupo de fornecedores das grandes empresas, tanto na aceitação das grandes empresas como na sobrevivência das pequenas empresas. Continuamente são exigidos esforços nos âmbitos tecnológico e organizacional do grupo de pequenas empresas eleito para integrar esse espaço.

Assim, tanto para Souza (1997) como para Castells (1999) apud Ferreira (2000), esse contexto não pode ser visto como um espaço totalmente virtuoso para o desenvolvimento das pequenas empresas. Ao contrário, esse processo é marcado pelo aguçamento da concorrência, pela hierarquização, pela exclusão e pela eliminação de empresas a partir do processo de afunilamento do número de fornecedores no bojo dos programas de desenvolvimento e capacitação dos fornecedores comandados pelas grandes empresas.

Ainda segundo os autores acima, boa parte das pequenas empresas brasileiras, independente do setor que atuam, insistem no fato de que sua competitividade está baseada no não-cumprimento de certas exigências trabalhistas e fiscais. Em contrapartida, vê-se que as empresas-clientes passam a exigir, com acentuado rigor, o cumprimento integral dessas obrigações.

Pode-se afirmar, então, que não são todas as empresas fornecedoras que estão preparadas, em termos tecnológicos, financeiros e organizacionais, para atender as novas exigências das grandes empresas; isso se aplica especialmente as pequenas empresas.

Os autores Souza (1997) e Castells (1999) apud Ferreira (2000), concordam que há espaço para as pequenas empresas, mas só as empresas com as melhores qualificações, entendidas como as que reúnem condições de investimento em melhorias e inovações tecnológicas e organizacionais (adequadas ao porte das pequenas empresas e não as condições de escala, como as das grandes empresas). Esse espaço é, portanto, reservado apenas aquelas que estejam preparadas para atender as novas demandas das grandes empresas – clientes – atuais e potenciais.

Segundo o IBGE (2002) estima-se cerca de dois milhões de micro e pequenas empresas de comércio e serviços em operação no País, que ocupavam cerca de 7,3 milhões de pessoas, ou seja, 9,7% da População Ocupada. Essas empresas geraram R\$ 168,2 bilhões em receita operacional líquida e R\$ 61,8 bilhões em valor adicionado.

Essas empresas tem se destacado por seus atributos de flexibilidade e rapidez de adaptação às demandas do mercado, e de desempenharem um papel importante com relação à operação da grande empresa. Por outro lado, apesar de sua importância econômica, elas apresentam inúmeros problemas associados ao seu pequeno porte, como por exemplo, destacam-se a obsolescência da maquinaria utilizada pela maioria destas empresas, dificultando projetos de melhorias e inovações em termos de produtos e processos produtivos, além de que a maioria dessas MPEs é de estrutura familiar, ou seja, conservadoras, reduzindo o planejamento da empresa para o curto prazo e criando barreiras para crescer e ingressar em novos mercados.

Outra dificuldade dessas empresas é a de conseguir crédito para investimentos, e de persistirem em ficar isoladas, sem fazer parcerias com outras empresas.

Segundo os autores Casaburi (1999) e Casarotto Filho & Pires (1999) apud Rodrigues, Olave, Fusco (2002, p. 02), estudos em países em desenvolvimento, por exemplo, demonstram que as micro e pequenas empresas que se localizam dentro de *clusters* têm mais

chances de se manter no mercado e de crescer do que as empresas similares que atuam de forma isolada

Clusters são concentrações geográficas de empresas de determinado setor de atividade e organizações correlatas, de fornecedores de insumos a instituições de ensino e clientes. Os clusters provocam tanto a concorrência como a cooperação: as empresas continuam disputando o mesmo mercado, mas cooperam em aspectos que trazem ganhos mútuos, como por exemplo, participação em feiras, consórcio de exportação, compartilhamento de fretes e tratamento de matéria prima, aumentando a produtividade das empresas sediadas na região, indicando a direção e o ritmo da inovação, que sustentam o futuro crescimento da produtividade e estimulando a formação de novas empresas, o que expande e reforça o próprio cluster. Por estarem próximas, as empresas interagem com efeitos positivos. Por estarem concentradas, as empresas criam um mercado de trabalho especializado, atraem fornecedores de diversos tipos e geram um ambiente de disseminação de tecnologias. O que uma empresa faz no cluster, a outra fica sabendo por canais informais de comunicação e também adota. Isso contribui para aumentar a competitividade da região e acontece automaticamente, simplesmente pelo fato de as empresas estarem concentradas. Um cluster seria algo como uma colméia (sugestivo de cooperação, colaboração, especialização, divisão do trabalho) ou como o conjunto de equipamentos de lazer de um condomínio de edifício (a piscina, a churrasqueira, a quadra poliesportiva, o playground infantil), o que sugere integração, entrelaçamento, afinidades etc. (GERANEGÓCIO, 2008, p.01)

Os Clusters são uma alternativa interessante para as micro e pequenas empresas, pois elas podem minimizar os problemas encontrados para suas operações, e também maximizar as vantagens que as mesmas apresentam com relação a uma grande empresa operando sozinha. Uma iniciativa de Cluster deve incluir todos os parceiros que contribuem para a plataforma competitiva de uma determinada atividade econômica. Em geral, os participantes são oriundos de pequenas e grandes firmas, associações de classe (indústria, trabalhadores, serviços), governo e instituições de suporte envolvidos em todas as etapas da cadeia produtiva da indústria, desde a da matéria-prima até a do consumidor final.

O desenvolvimento de clusters e redes pode melhorar a posição competitiva de MPEs e reduzir os problemas relacionados ao seu tamanho através da ajuda mútua. A cooperação e a criação de externalidades positivas entre MPEs em aglomerados contribuem para gerar vantagens competitivas através da "eficiência coletiva". As vantagens da cooperação entre MPEs em redes territoriais estão associadas a economias coletivas de escala, os benefícios da disseminação de informações e divisão do trabalho entre firmas. Estes benefícios tendem a aumentar quando os custos de transação são baixos, e estes por sua vez tendem a diminuir com a proximidade geográfica e o estabelecimento de infra-estrutura compartilhada, normas comuns e regras tácitas para cooperação.

1.1 Importância das Micro e das Pequenas Empresas na Economia Brasileira

Atualmente as micro, pequenas e médias empresas estão ganhando atenção especial em razão de sua importância na economia brasileira, apesar das dificuldades que elas ainda enfrentam. Uma importante contribuição das micro e pequenas empresas no crescimento e desenvolvimento do País é a de contribuírem contra o desemprego. Constituem uma alternativa de ocupação para uma pequena parcela da população que tem condição de desenvolver seu próprio negócio, e em uma alternativa de emprego formal ou informal, para uma grande parcela da força de trabalho excedente, em geral com pouca qualificação, que não encontra emprego nas empresas de maior porte. Antes de qualquer coisa, é preciso entender como são classificadas as empresas.

Segundo o SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas(2002), as unidades de menor porte representam a imensa maioria das empresas brasileiras. Realidade que se verifica não apenas para o conjunto da economia, como em todos os setores de atividade.

Tabela 1 – Indústria

TAMANHO	PESSOAL OCUPADO	VENDAS ANUAIS US\$
De – até	De – até	De – até
MICRO	1-10	1-400.000
PEQUENA	11-40	400.001-3.500.000
MÉDIA	41-200	3.500.001-20.000.000

Fonte: Sebrae/SP (2002)

Tabela 2 - Comércio e Serviços

TAMANHO	PESSOAL OCUPADO	VENDAS ANUAIS US\$
De – até	De – até	De – até
MICRO	1-5	244.000-1.200.000
PEQUENA	6-30	700.00-1.200.000
MÉDIA	31-80	1.500.001-7.000.000

Fonte: Sebrae/SP (2002)

A legislação prevê o enquadramento de acordo com o faturamento. A alteração dos limites de receita bruta anual das micro e pequenas empresas que, até então estavam previstos na Lei nº. 8.864/94 foram os seguintes:

a) microempresa:

Lei anterior (Lei nº. 8.864/94): 250 mil Ufirs

Pelo novo Estatuto: R\$ 244.000,00

b) empresa de pequeno porte:

Lei anterior (Lei nº. 8.864/94): 700 mil Ufirs

Pelo novo Estatuto: R\$ 1.200.000,00

Podem-se notar estes novos limites de receita bruta anual não se confundem com o previsto na lei do Simples, para a qual, microempresa é aquela que tenha receita bruta igual ou inferior a R\$ 120.000,00 e empresa de pequeno porte que estiver entre R\$ 120.000,00 e R\$ 1.200.000,00 (exceto para os Estados e Município que aderiram ou venham a aderir ao Simples, caso em que EPP não poderá ultrapassar a R\$ 720.000,00).

Apesar das MPEs serem a maioria, ainda cabe às grandes firmas a maior absorção de toda a mão-de-obra, 47,2%, embora seguida de perto pelas micro e pequenas, 43,8% (RAIS 2004). No entanto, quando o setor de atividades é o comércio, a situação começa a mudar. Embora as grandes empresas (que são a minoria) empreguem a maior parte da mão-de-obra existente nos setores da indústria e serviços, as micro e pequenas empresas já lideram esses índices no setor de comércio absorvendo 78,4% da mão-de-obra. Sinais esses que talvez sejam seguidos pelos outros setores. A rapidez com que essas empresas crescem no país é de vital importância para a economia, pois esse crescimento também é refletido no índice de empregabilidade e renda existente hoje. É evidente que, quanto maior o número de empresas, maior será o número de empregos com carteira assinada. De 1995 a 2000 o número de micro e pequenas firmas cresceu 25% e 13% respectivamente contra 1% nas médias e grandes empresas. Em termos de mão-de-obra, as micro e pequenas empresas também cresceram 26% e 11% respectivamente. Nas médias e grandes, esse aumento foi de apenas 0,6% (RAIS 2004).

Contudo, a maior contribuição que as micro e pequenas empresas dão para a economia brasileira, é que elas são as maiores responsáveis pela desconcentração de renda na sociedade. Partindo do pressuposto que a concentração de renda ainda é um dos piores problemas do Brasil, a contribuição delas na economia é fantástica. Não tão menos importante, as empresas de pequeno porte possuem uma flexibilidade de adaptação espetacular na medida em que conseguem se adaptar às mudanças no cenário econômico com mais facilidade. É bem verdade que, da mesma forma em que elas criam oportunidades de empregos com rapidez, do mesmo modo essas oportunidades podem desaparecer com a mesma rapidez. Porém, esses empregos criados favorecem o poder de compra da população e contribuem para o reestabelecimento da estabilidade econômica. São por essas e outras razões que as micro, pequenas e também as médias empresas vêm ganhando atenção especial por parte de instituições, órgãos de pesquisas, da sociedade e do próprio governo. Todavia, analisando o outro lado da moeda, verifica-se que essas empresas são as que mais enfrentam dificuldades, principalmente relacionadas com a obtenção de crédito.

Segundo o IBGE (2001), na década de 1980, com a redução do ritmo de crescimento da economia, resultando em maior nível de desemprego, os pequenos negócios passaram a ser considerados uma alternativa para a ocupação da mão-de-obra excedente, fazendo surgir ao final da década às primeiras iniciativas mais concretas para incentivar a abertura de micro e pequenas empresas na economia, dentre as quais caberia mencionar:

- a implantação do primeiro Estatuto da Microempresa (Lei n. 7.256 de 27 de novembro de 1984) e a inclusão das micro e pequenas empresas na Constituição Federal de 1988, que passou a garantir-lhes tratamento diferenciado (Artigo 179 do Capítulo da Ordem Econômica);
- a transformação em 1990 do Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa - CEBRAE -, criado em 1972, em Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-SEBRAE, com funções mais amplas;
- a criação de linhas especiais de crédito no BNDES, Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil;
- a Lei n. 9.317 de 5 de dezembro de 1996, que instituiu o Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES;
- a Lei n. 9.841 de 5 de outubro de 1999, que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; e

- o estabelecimento de um Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, demonstrando a dimensão e a importância das micro e pequenas empresas para o crescimento e desenvolvimento da economia nacional.

Também, segundo o IBGE (2001), são algumas características das micro e pequenas empresas:

- baixa intensidade de capital;
- altas taxas de natalidade e de mortalidade: demografia elevada;
- forte presença de proprietários, sócios e membros da família como mão-de-obra ocupada nos negócios;
- poder decisório centralizado;
- estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não se distinguindo, principalmente em termos contábeis e financeiros, pessoa física e jurídica;
- registros contábeis pouco adequados;
- contratação direta de mão-de-obra;
- utilização de mão-de-obra não qualificada ou semiquificada;
- baixo investimento em inovação tecnológica;
- maior dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro; e
- relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte.

1.2 A Tributação das Micro e Pequenas Empresas

Com relação à área tributária, o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES federal é um exemplo de avanço em termos de incentivo às micro e pequenas unidades produtivas. Em 1998, 64% das empresas tributadas optaram pelo SIMPLES. Desse total, 92% são micro e 8% pequenas unidades, respondendo cada uma por 48% e 52% da receita bruta total, respectivamente. Esse sistema já legalizou mais de três milhões de empresas, de acordo com o SEBRAE. Não obstante, pode ser ampliado e aperfeiçoado.

Seria importante, por exemplo, possibilitar aos interessados repassar para os compradores o crédito do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), como o faz as demais empresas. Isso melhoraria a condição de competição das pequenas empresas, principalmente as produtoras de componentes e insumos industriais e eliminaria o viés anti-

exportador das empresas industriais interessadas no SIMPLES. Também relevante seria permitir que todas as categorias profissionais possam optar por esse sistema (atualmente cerca de 20 categorias estão excluídas).

Uma política pouco implementada e com grande potencial é a utilização das compras governamentais, ou seja, aquela em que o Governo faz uso de seu poder de compra no incentivo às micro e pequenas empresas. Nos Estados Unidos, paraíso do liberalismo econômico, o governo é obrigado, por lei, a reservar 23% das suas compras para pequenas empresas. Hoje, das 147 mil empresas cadastradas no Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais – SIASG, 26% são microempresas e 27%, pequenas; bem como 9% dos contratos de prestação de serviço até o ano de 2000 estavam firmados com micro firmas e 21% como pequenas. Tais números ainda representam muito pouco, podendo ser em muito ampliados.

Com relação ao fundamental aumento da produtividade empresarial, faz-se necessário elencar ações específicas voltadas à diminuição dos custos de produção das micro e pequenas empresas, tais como difusão de modernas técnicas de gestão adaptadas às características e especificidades desse segmento, assistência técnica e gerencial, desenvolvimento de recursos humanos, entre outras.

O aumento da produtividade associado à redução de fatores associados ao “custo Brasil”, a um amplo esforço de difusão e divulgação de informações sobre oportunidades de negócios, bem como ao incentivo à formação de consórcios e parcerias com outras firmas, redundará na melhoria da competitividade dessas empresas, com reflexos especialmente positivos no desempenho exportador.

1.3 Política Governamental

Segundo o SEBRAE (2006, p.06) “é preciso ter em mente que o mercado tende naturalmente a impor restrições ao bom desempenho das firmas de menor porte”. Assim, é essencial a existência de uma ampla e ativa política pública de incentivo a essas unidades produtivas, as quais são fundamentais ao desenvolvimento econômico e social do Brasil.

Tendo em vista a natural posição desfavorável das micro e pequenas empresas, a Constituição Federal estabelece, entre os princípios da ordem econômica, o “tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País” (art. 170, IX); além disso, determina que “A União, os

Estados, o Distrito Federal e os Municípios dispensarão às micro e pequenas empresas, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-la pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei” (art. 179).

Com efeito, não obstante a existência de inúmeras limitações ao funcionamento dos pequenos negócios no Brasil cabe reconhecer a atuação de uma política governamental voltada para o estímulo às empresas de menor porte.

Com a inclusão do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços) no SIMPLES para facilitar e reduzir a carga tributária das pequenas empresas há o problema de que a opção por esse sistema veda a essas empresas a utilização ou destinação de qualquer valor a título de incentivo fiscal, bem como a apropriação ou a transferência de créditos relativos ao IPI e ICMS, conforme determina o do art. 5º da Lei nº. 9.317/96, isso reduz a condição de competição das pequenas empresas, principalmente as produtoras de componentes e insumos industriais e gera um viés anti-exportador das empresas industriais que optarem pelo SIMPLES.

Dentro do arcabouço jurídico, destaca-se, ainda, o Programa de Recuperação Fiscal (REFIS), instituído pela Lei nº. 9.964, de 10 de abril de 2000, que visa o refinanciamento de débitos tributários e contempla condições favorecidas para micro e pequenas empresas. Também importante foi à edição do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei nº. 9.841, de 5.10.99) – que dispõe sobre o tratamento jurídico diferenciado previsto nos arts. 170 e 179 da Constituição.

O estatuto também previu a criação do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, que tem como objetivo assessorar na formulação de políticas, programas e ações voltados para esse segmento empresarial. Dele participam 48 órgãos do governo e 47 entidades de representação e de apoio às microempresas e empresas de pequeno porte, tendo como presidente o Ministro de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

No campo administrativo-gerencial, destacam-se as atuações do SEBRAE e do BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social) no fomento às atividades das micro e pequenas empresas. O SEBRAE executa o planejamento, coordenação e orientação de programas técnicos, projetos e atividades de apoio às MPEs. É composto por um órgão central de coordenação (o SEBRAE Nacional) e 27 agentes, dotados de autonomia administrativa e financeira, que atuam em todos os Estados da Federação, além de ter a Agência de Promoções de Exportações (APEX).

O SEBRAE conta com recursos provenientes do adicional da contribuição do INSS, relativo a 0,3% sobre a folha salarial das empresas. Um de seus principais instrumentos é o Fundo de Aval às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (FAMPE), que viabiliza a concessão de avais e facilita o acesso ao crédito. A atuação do SEBRAE se dá, também, através de uma série de programas de capacitação das empresas e de formação e treinamento de mão-de-obra, envolvendo o Governo Federal, Estados e Municípios.

CAPÍTULO 2 - MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

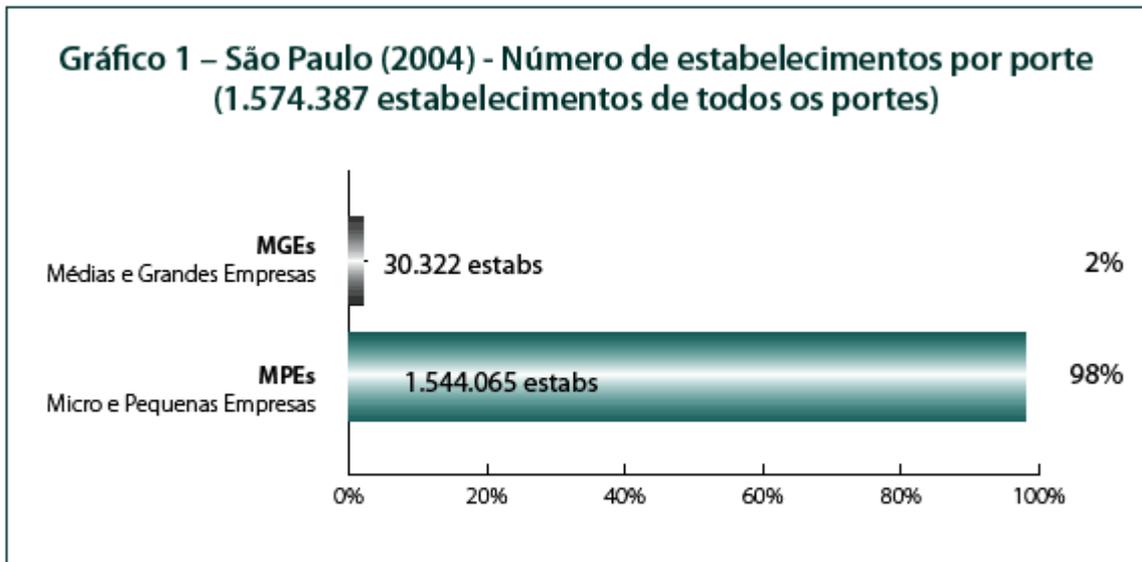
As micro e pequenas empresas (MPEs) desempenham um papel cada vez mais importante na sociedade. Além de responderem pela maioria das empresas do país, também geram emprego. Diante da importância desse segmento, no país e no Estado de São Paulo, é preciso aprofundar o conhecimento sobre a realidade desses negócios, o que permitirá um melhor direcionamento dos esforços para a promoção das empresas desse porte.

Figura 5 - Principais regiões do Estado de São Paulo



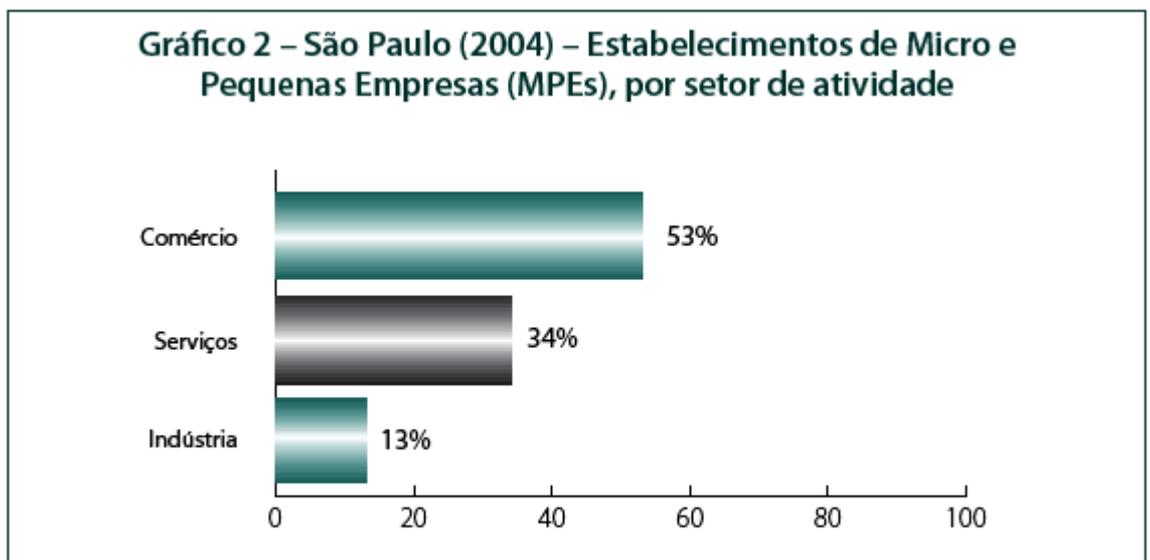
Fonte: Observatório das MPEs – SEBRAE/SP (2002)

As MPEs são empreendimentos com grande mobilidade no mercado, ou seja, todo ano é registrado um número expressivo de aberturas de empresas e todo ano ocorre um número elevado de fechamento de empresas.



Fonte: RAIS/ MTE (2004). Elaboração: Observatório das MPEs/ SEBRAE-SP.

Em 2004, no Estado de São Paulo, havia 1.574.387 estabelecimentos no setor privado (Gráfico 1). Desse total, 1.544.065 estabelecimentos eram de MPEs (ou 98% do total de estabelecimentos) e 30.322 estabelecimentos de médias e grandes empresas (2% dos estabelecimentos).



Fonte: RAIS/ MTE (2004). Elaboração: Observatório das MPEs/ SEBRAE-SP.

Segundo estudo do SEBRAE/SP, cerca de 53% das MPEs encontravam-se no comércio, 34% em serviços e 13% na indústria.

Tabela 3 – São Paulo (2004)- MPEs no Comércio, por tipo de atividade

Classe	Estabelecimento	%
Varejo do Vestuário	73.150	9%
Varejo de Materiais de construção	60.549	7%
Mini-mercados e Mercearia	50.994	6%
Comercio de Autopeças	41.974	5%
Artigos para Escritório e Informática	37.623	5%
Farmácias e perfumaria	33.955	4%
Quitanda, Avícolas, peixarias e sacolões.	31.924	4%
Varejo de Bebida	24.070	3%
Livrarias, Papelarias e Bancas de Jornal.	23.158	3%
Varejo de Moveis e Artigos de Iluminação	21.744	3%
Outras Classes	418.638	51%

Fonte: RAIS/TEM (2004). Elaboração: Observação das MPES/SEBRAE

Entre as MPEs do comércio, no Estado de São Paulo, em 2004, quanto ao número de estabelecimentos, destacaram-se (Tabela 3): o varejo do vestuário (9%), varejo de materiais de construção (7%), mini-mercados e mercearias (6%), comércio de autopeças (5%) e artigos para escritório e informática (5%). Comparativamente ao perfil das MPEs do comércio no Brasil, no Estado de São Paulo as MPEs apresentam uma distribuição menos concentrada no varejo do vestuário e mini-mercados e uma proporção maior de artigos para escritório e informática, bem como quitandas, avícolas, peixarias e sacolões. Isso denota maior variedade e maior sofisticação das atividades comerciais.

Tabela 4 - São Paulo (2004)- MPEs de Serviços, por tipo de atividade

Classe	Estabelecimento	%
Serviços Prestados às empresas	178.223	34%
Alojamento e Alimentação	129.581	24%
Informática	56.264	11%
Transporte Terrestre	52.331	10%
Atividades Recreativas, culturais e desportivas.	27.623	5%
Atividades Imobiliárias	22.642	4%
Atividades Auxiliares do transporte e Agencias de Viagens	19.542	4%
Serviços Pessoais	17.969	3%
Atividades Auxiliares de Intermediação Financeira	14.083	3%
Aluguéis de Veículos, Máquinas e Equipamento.	8.490	2%
Outras Divisões	5.075	1%

Fonte: RAIS/TEM (2004). Elaboração: Observação das MPES/SEBRAE

Nas MPEs do setor de serviços, predominam estabelecimentos com escalas muito reduzidas. Segundo a RAIS (2004), em média, no Estado de São Paulo, existem dois empregados com registro em carteira, nas MPEs de serviços. Trata-se de setor que oferece uma ampla variedade de “produtos” no mercado. Nesse setor, é forte a presença de empreendimentos constituídos por profissionais liberais das mais diversas categorias, por exemplo: advogados, contadores, arquitetos, engenheiros e outros; que encontram na abertura de sua empresa uma forma de oferecer seus serviços no mercado. Trata-se da divisão de serviços prestados às empresas, que responde por 34% das MPEs de serviços.

Os serviços de informática (11%), transporte terrestre (10%), as atividades recreativas, culturais e desportivas (5%) e as atividades imobiliárias (4%), completam a lista dos principais segmentos de serviços das MPEs, no Estado de São Paulo (Tabela 4). Na comparação com as MPEs de serviços no Brasil, as MPEs de serviços do Estado de São Paulo apresentam uma proporção maior de serviços de informática e de atividades imobiliárias. Em parte, isso se deve ao fato de serem ambos, segmentos típicos de grandes regiões urbanas. Em todos os segmentos de serviços citados, outra característica marcante é a otimização dos agentes (empreendimentos muito pequenos e com grande oferta no mercado).

Tabela 5 – São Paulo (2004)- MPEs na Indústria, por tipo de atividade

Classe	Estabelecimento	%
Construção Civil	44.090	23%
Indústria e Confeções	26.624	14%
Fabricação de Produtos de Metal	16.552	8%
Edição e Gráfica	15.525	8%
Indústria de Alimentos e Bebida	13.807	7%
Fabricação de Moveis e Indústria diversas	12.160	6%
Fabricação de Maquinas e Equipamentos	8.774	5%
Fabricação de Produtos Minerais não-metálicos	8.373	4%
Fabricação de Artefatos de Plástico e Borracha	7.410	4%
Indústria de Couro e Calçados	7.151	4%
Outras Divisões	34.298	18%

Fonte: RAIS/TEM (2004). Elaboração: Observação das MPES/SEBRAE

Entre as MPEs do setor industrial, há forte presença de empreendimentos com baixo volume de capital, tecnologia de domínio público e produtos voltados ao atendimento das necessidades básicas da população (por exemplo: construção e reparação de moradias, artigos do vestuário e alimentos).

Na comparação com a média nacional, no Estado de São Paulo, as MPEs da indústria apresentam uma presença mais expressiva na fabricação de produtos de metal, edição e gráfica, na fabricação de máquinas e equipamentos e na indústria de couros e calçados. Por outro lado, a participação é menos expressiva que a média nacional nas atividades de extração mineral e de produtos de madeira. Isso denota uma base industrial com maior grau de sofisticação quando comparado à média das MPEs industriais no país.

Tabela 6 - São Paulo - Evolução das MPes, entre 2000 e 2004

MPes	Estabelecimento em 2000	Estabelecimento em 2004
MPes Total	1.255.508	1.544.065
Comércio	667.131	817.779
Serviços	412.415	531.823
Indústria	175.956	194.463

Fonte: RAIS/TEM (2004). Elaboração: Observação das MPes/SEBRAE

No grupo de MPes (Tabela 6), foram os estabelecimentos de serviços os que apresentaram a maior taxa de expansão (29%), ao passo que os de comércio expandiram-se em 22,6% e os da indústria em 10,5%. No grupo das MGEs, foram os estabelecimentos de comércio os que apresentaram a maior taxa de expansão (33,1%), enquanto as MPes de serviços se expandiram 19,1% e as da indústria, 4,2%.

Tabela 7 - São Paulo - Criação de novos estabelecimentos, entre 2000 e 2004, por setor de Atividades.

	Acréscimo MPes	Acréscimo MPes (%)
Novos estabelecimentos	288.557	99%
Comércio	150.642	99%
Serviços	119.408	97%
Indústria	18.507	99%

Fonte: RAIS/TEM (2004). Elaboração: Observação das MPes/SEBRAE

Segundo a RAIS (2004), entre 2000 e 2004, no Estado de São Paulo, foram criados 293.281 novos estabelecimentos, dos quais, cerca de 98% foram criados por MPes. Por setores de atividade, as MPes foram responsáveis pela criação de 99% dos estabelecimentos do comércio, 99% dos estabelecimentos da indústria e 97% dos estabelecimentos do setor de serviços (Tabela 7).

CAPÍTULO 3 – AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA CIDADE DE MARÍLIA

A cidade de Marília situa-se na região Centro Oeste Paulista, e fica distante da Capital do Estado a 443 km, e possui aproximadamente 228.217 mil habitantes. Segundo dados da Prefeitura Municipal da cidade, Marília destaca-se no segmento industrial com a produção de alimentos, abrigando empresas de grande porte, além de inúmeras outras pequenas empresas do ramo, num total de aproximadamente 60 empresas. Por contar com muitas empresas no ramo alimentício, a cidade ostenta o título de “Capital Nacional do Alimento”². Existem aproximadamente 41 diferentes linhas de produtos fabricadas pelas empresas locais, como confeitos em geral, biscoitos doces e salgados, balas, doces e chocolates. As micro e pequenas empresas correspondem respectivamente a 45,28% e 28,30% do faturamento anual da cidade. Segundo dados da RAIS (2004), a concentração de empresas em Marília é de 60,9% no comércio, 25,8% nos serviços e 13,4% na indústria. Há também dados gerais das empresas de alimentos de Marília fornecidos pela Associação de Indústrias de Marília (ADIMA) sobre as estatísticas do setor:

² De acordo com a ADIMA, a oficialização do slogan foi realizado através do projeto de Lei nº. 146 no dia de 16 de julho de 1998, do vereador Valter Luís Cavina e aprovado por unanimidade pela Câmara Municipal de Marília, e que, em seu artigo primeiro determina: "Fica oficializado pelo município, o slogan "Marília - Capital Nacional do Alimento", instituído pela ADIMA - Associação das Indústrias de Alimentos de Marília".

Tabela 8 – Capacidade de produção do setor alimentício

32.000	Toneladas de alimentos por mês
384.000	Toneladas de alimentos por ano
200.000	Embalagens por mês
2.400.000	Embalagens por ano
80	Embalagens produzidas em Marília são abertas a cada segundo
2.000	Caminhões/mês – maior frota especializada do País – são usados para o transporte dessa produção que, se enfileirados, somariam 30 km.
Brasil	Todos os Estados brasileiros recebem os produtos aqui fabricados
75.000.000	de receita bruta direta por mês (valor em Reais - R\$)
900.000.000	de receita bruta direta por ano (valor em Reais)
7.000	Empregos diretos
15.000	Empregos indiretos
3.000	Industriários passaram pelo Curso de Manipulação de Alimentos (parceria ADIMA/SENAI/STIAM)
100	(mais de) indústrias compõem o segmento alimentício mariliense.
1000	Empresas fabricam, manipulam, distribuem ou comercializam alimentos em Marília (bares, restaurantes, pizzarias, buffets, rotisseries, cantinas, lanchonetes, etc.)
Senai	Marília conta com Escola SENAI “José Polizotto” com núcleo especializado na formação profissional para o setor industrial alimentício, inclusive com Curso Técnico em Alimentação.
Exportações	Estados Unidos, Mercosul, Europa, Ásia, Leste Europeu e África.

Fonte: Adima - Associação das Indústrias de Alimentos de Marília/2008

Segue tabela Potencial de Consumo do Município de Marília em Milhões de U\$ segundo Classe Sócio Econômico, os números são apresentados em notação americana, sendo parte fracionária separada da parte inteira por ponto (.).

Tabela 09 – Potencial de consumo de Marília

Categoria de Consumo	Total	A1	A2	B1	B2	C	D	E
Alimentação Domicílio	109.456.986	4.365.053	15.456.455	20.114.327	25.827.752	34.288.166	8.941.399	463.834
Alimentação fora Domicílio	45.653.144	2.655.160	9.401.801	13.425.065	9.672.252	8.779.455	1.625.118	94.293
Artigos de Limpeza	6.210.014	378.941	795.639	918.330	1.676.908	1.957.690	458.835	23.671
Bebidas	11.797.189	496.671	1.758.691	2.435.859	2.769.032	3.540.061	761.629	34.246
Calçados	11.860.423	488.881	2.014.479	3.007.633	2.447.352	3.198.531	670.295	33.252
Despesas Saúde	37.094.372	4.236.041	9.357.865	8.598.225	7.130.580	6.797.852	930.673	43.136
Domicílio Urbano	65.987	707	3.985	8.080	13.216	28.536	10.534	929
Equipamento Eletrônico	24.251.504	750.175	4.182.348	6.306.140	5.089.300	6.546.253	1.297.865	79.423
Higiene, Cuidados Pessoais.	17.899.700	986.955	2.719.078	4.250.179	3.528.555	5.404.701	962.253	48.079
Livros e Material Escolar	6.524.338	372.128	1.283.396	1.573.211	1.550.817	1.524.150	260.997	4.639
Matrículas e Mensalidade	38.204.676	4.201.871	12.597.805	9.544.805	7.708.413	3.924.217	227.560	0
Medicamento	22.299.028	963.648	4.052.132	5.145.139	4.610.751	5.980.155	1.478.055	69.148
Mobiliários Artigos do Lar	19.756.653	859.837	3.760.802	3.923.470	4.340.698	5.392.225	1.417.063	62.558
Despesas de Vestuário	2.544.730	170.482	629.559	733.002	368.344	536.467	105.575	1.301
Recreação e Cultura	25.249.964	1.802.964	6.421.945	6.871.266	5.408.995	4.119.154	613.328	12.312
Transportes Urbanos	23.450.790	636.428	3.091.516	4.393.854	6.342.265	7.344.716	1.574.033	67.978
Veículo Próprio	59.833.041	4.224.398	12.828.993	16.337.956	13.475.823	11.397.332	1.490.749	57.790
Vestuário confeccionado	33.683.718	1.635.825	8.433.190	8.539.219	7.636.929	8.542.411	1.812.429	83.715
Viagens	24.850.944	2.362.043	6.079.584	8.246.683	4.476.718	3.229.201	419.205	37.240

Fonte: Dados fornecidos pelo SEBRAE/SP (2008)

Segundo levantamento do SEBRAE (2001), no município também é produzido feijão, arroz, amendoim, cana-de-açúcar, milho e frutas, com culturas agrícolas diversificadas. Este fator é importante para um possível projeto de incentivo aos produtores rurais locais, pois as empresas podem adquirir matérias-primas produzidas no município.

Segundo Plawgo & Chapman (1999) apud Rodrigues, Olave, Fusco (2002, p. 07), com relação aos fatores de competitividade para empresas de pequeno porte, preço, qualidade, modernidade, habilidade para seguir tendências da moda, complexidade da oferta, embalagem, entregas rápidas e pontuais, formas atrativas de pagamento, tecnologia de produção, qualidade de gerenciamento de pessoal, *marketing* efetivo, P& D, acesso a canais de distribuição – pode-se dizer que as MPEs locais apresentam-se pouco competitivas. Esta baixa competitividade é gerada pela obsolescência das máquinas e equipamentos, na maneira quase artesanal que muitas empresas trabalham, com baixos investimentos em P & D e a direção familiar centralizada da maior parte delas. As MPEs do local possuem foco quase que exclusivamente regional.

Tabela 10 - Porte das empresas com relação ao faturamento anual

Porte	% Empresas
Micro (faturamento até R\$ 244 mil/ano)	45.28
Pequena (244.001 a 1,2 milhão/ano)	28.30
Média (1,2 milhão a 35 milhões/ano)	15.09
Grande (acima de 35 milhões/ano)	9.43
Não informado'	1.89

Fonte: SEBRAE/SP (2002)

Os dados acima se apresentam relevantes para a definição da natureza de possíveis propostas de auxílio e oferecimento de serviços que podem ser feitos com o intuito de alavancar as empresas do setor alimentício na cidade, uma vez que são justamente as micro e pequenas empresas que mais sofrem com o acirramento da concorrência. Também são estas que mais se beneficiariam com a cooperação.

Tabela 11 - Representatividade das MPE's

Porte da Empresa	Número de empregos
Total	6015 empregos diretos
Micro	3.37%
Pequena	5.80%
Média	24.59%
Grande	66.24%
Representatividade MPEs	75% das empresas – 9% dos Empregos Diretos

Fonte: SEBRAE/SP (2002)

Essa tabela mostra a porcentagem de empregos diretos que as empresas de uma maneira geral, oferecem a cidade de Marília, percebendo-se a contribuição das micro e pequenas empresas.

Um importante incentivo as micro e pequenas empresas na cidade de Marília é o Centro Incubador de Empresas “Miguel Silva”, ou “Centro Incubador” como é conhecido. Ele é mantido através da junção de ações entre a Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha-UNIVEM, SEBRAE e Prefeitura de Marília, e segundo o CIEM gera cerca de 132 postos de trabalho, nas 17 empresas atualmente vinculadas ao Centro Incubador, com um total de R\$ 1,8 milhões de faturamento anual.³

A inauguração do Centro Incubador de Empresas “Miguel Silva” deu-se em 29 de Abril de 2000, com a missão de abrigar empresas de base tecnológicas que contribuíssem para o crescimento e desenvolvimento de Marília e região.

Devido aos resultados positivos, no ano 2004 o Centro Incubador tornou-se uma Incubadora de base mista abrigando também empreendimentos com foco industrial e prestação de serviços. Em 20 de novembro de 2006 ampliou suas atividades com o auxílio da Prefeitura Municipal de Marília inaugurando a Unidade II. Atualmente o “Miguel Silva” Centro Incubador de Empresas de Marília busca maior expansão e, portanto, mantém edital permanente aberto a inscrições de novas empresas.

A unidade I é localizada nas dependências da Fundação Eurípides Soares da Rocha - UNIVEM. Nesta Unidade está localizada a Secretaria do Centro Incubador juntamente com empresas de base Tecnológica e de Prestação de serviços que ocupam boxes de até 21m². Também fica a disposição dos incubados uma sala de reuniões. Atualmente estão instaladas seis empresas.

Já a unidade II é Localizada no edifício Virgínio Cavallari no Jardim Cavallari, esta Unidade abriga 11 empresas de base Industrial e Tecnológica que necessitam de maior espaço para o desenvolvimento de seus negócios. Oferece boxes de até 110m², além de sala de reuniões, sala da gerência dos incubados e refeitório.

As empresas oferecem alternativas como acesso a produtos e serviços sofisticados como: consultoria e assessoria em propriedades imateriais (registro de Marcas e Patentes, Direitos Autorais, Domínios Virtuais – Internet); desenvolvimento de *software* para gestão de

³ Surgidas inicialmente na Europa e nos Estados Unidos na década de 50, as incubadoras de empresas são ambientes que estimulam a criação e protegem o desenvolvimento de novas empresas. As Incubadoras, especialmente no Brasil, costumam localizar-se junto a uma universidade ou a um instituto de pesquisas.

escritórios jurídicos; assessoria e implantação de soluções em Internet (*software* de gestão da Farmácia Popular); desenvolvimento de *softwares* para a administração pública; assessoria em Gestão Empresarial; gerenciamento de *e-commerce* (comércio eletrônico); empresa de segurança em transações financeiras pela Internet; *call-center* (telemarketing); industrialização e comercialização de processadores hidrocinéticos (filtros de água); fabricação de doces com base em chocolate; confecção em *patchwork* (colchas retalhos, panos, almofadas etc.); indústria e comércio de temperos naturais; fabricação de equipamentos de automação para área médica; consultoria em gestão da qualidade para as áreas alimentícias e farmacêuticas; industrialização de produtos com base em madeiras especiais (chalés de madeira, móveis etc.); desenvolvimento e montagem de painéis de comando de motores e bombas elétricas; engenharia e construções metálicas. Enfim, as diversidades de ações econômicas permitem uma forte expansão do empreendedorismo. O Centro Incubador oferece aos empreendedores cessão de espaço físico modular, em regime de comodato, nas dependências do Centro Incubador, de módulos com áreas variando entre 21 m² a 100 m², dotados de instalação elétrica, luminárias, pontos para linhas telefônicas e de internet (somente para empresas associadas residentes); prestação de gerenciamento: recepção, secretaria, manutenção, limpeza, prospecção de mercados e gerência de operações; disponibilização das seguintes infra-estrutura e equipamentos de uso comunitário: sala de reunião, sala de treinamento, equipamentos de apoio (TV, vídeo, vídeo-projetor, notebook, máquina fotográfica digital e outros); consultorias nas áreas administrativas, financeira, marketing, jurídica, tecnológicas e outros. O público alvo são pessoas físicas ou jurídicas, individualmente ou em grupo, e poderão ter como objetivo o desenvolvimento de uma nova linha de produtos ou serviços, por uma empresa já existente ou a ser constituída, não sendo necessário que a empresa esteja formalmente constituída quando da apresentação da proposta; entretanto, deverá estar formal e legalmente constituída quando do início das atividades comerciais.

O objetivo em 2008 do Centro Incubador Miguel Silva é receber novas propostas de abertura e desenvolvimento de novas empresas e negócios, sendo que os interessados deverão se pautar por negócios da área industrial, agronegócios ou prestação de serviços. A estrutura do CIEM é baseada na concepção do sistema de incubação, ou seja, de cuidados específicos com negócios que acabam de nascer, propiciando o intercâmbio de idéias e tecnologia, desenvolvendo conceitos e conhecimentos empresariais, compartilhando o espaço físico de forma muito produtiva, realizando parcerias e cultivando relacionamentos interpessoais que alavancam negócios e abram novos mercados.

Quanto às empresas vinculadas, existem basicamente três tipos, segundo a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) (2002):

- Empresa incubada: organização que desenvolve produtos ou serviços inovadores está abrigada em incubadora de empresas, passa por processo de seleção e recebe apoio técnico, gerencial e/ou financeiro de rede de instituições constituída especialmente para criar e acelerar o desenvolvimento de pequenos negócios. Algumas instituições usam o termo empresa residente;
- Empresa graduada: organização que passou pelo processo de incubação e que alcançou desenvolvimento suficiente para ser habilitada a sair da incubadora. Algumas instituições usam o termo empresa liberada. A empresa graduada pode continuar mantendo vínculo com a incubadora na condição de empresa associada;
- Empresa associada: aquela que utiliza a infra-estrutura e os serviços oferecidos pela Incubadora, sem ocupar espaço físico, mantendo vínculo formal. Pode ser empresa recém-criada ou já existente no mercado.

No CIEM existe esses três tipos de empresas vinculadas, a seguir exemplos de empresas incubadas:

Tabela 12 – Empresas Incubadas do CIEM

<p style="text-align: center;">GUIVANAS</p>	<p>Produção de bonecas de pano entre outros produtos</p>
<p style="text-align: center;">RECICLA</p>	<p>Indústria de recuperação de equipamentos de informática e componentes eletroeletrônicos</p>
	<p>Soluções em comunicação com tecnologia. Serviços: criação de identidades visuais, sites, ações de marketing e mídia impressa</p>
	<p>Empresa de Desenvolvimento de Software que Atende Departamentos Públicos Municipais de Qualquer Porte.</p>
	<p>Desenvolvimento de Software para Gestão Jurídica.</p>

	Segurança e Credibilidade em Transações Financeiras na Internet.
	Pesquisa e Desenvolvimento de Novas Tecnologias.
	Fabricação de Doces com Base em Chocolates.
	Consultoria em Gestão de Qualidade na Área Alimentícia e Farmacêutica.
	Assessoria, Desenvolvimento e Implantação de Soluções em Internet.
	Locação de Sistemas para Internet, Sistemas On-line para Vendas e-commerce na Internet.
	Assessoria e Consultoria em Gestão Empresarial.
	Trabalhos Artesanais em Tecido.

Fonte: CIEM/2008

Existem empresas associadas do CIEM:

Tabela 13 – Empresas Associadas do CIEM

	Engenharia e Construções Metálicas.
	Serviço de cobrança via telefone, efetuadas por profissionais treinados.

	<p>Fabricação de brinquedos pedagógicos</p>
<p>Teraplus</p>	<p>Prestação de serviços na área de informática oferecendo assistência técnica, desenvolvimento de sistemas e comercialização de peças e acessórios.</p>
	<p>Atuam na área de pré-moldados, artefatos de concreto e prestação de serviços no segmento de pisos industriais.</p>

Fonte: CIEM/2008

E por último às empresas graduadas do CIEM:

Tabela 14 – Empresas Graduadas do CIEM

	<p>Fabricação e Distribuição de Produtos para Higiene e Limpeza: Detergentes, Desinfetantes, Amaciantes, Sabão e Sabonete Líquido.</p>
	<p>Montagem de Painéis de Comando Para Acionamento de Motores Elétricos, Utilizados em Bombas D'Água e até Mesmo em Motores Industriais.</p>
	<p>Indústria e Comércio de Temperos Naturais.</p>
	<p>Consultoria e Assessoria nos Procedimentos de Registro e Proteção do Direito Imaterial, Protegendo Propriedade Industrial, Inovações Tecnológicas, das Marcas, Patentes, e a Propriedade Intelectual.</p>
	<p>Desenvolvimento de Sistemas para Automação Comercial e de Postos de Combustível.</p>

	Desenvolvimento e Hospedagem de Sites, Ferramentas de Gerenciamento de Conteúdo e Soluções para Comércio Eletrônico.
	Consultoria e Sistemas para Segurança no Trânsito.
	Desenvolvimento de Aplicativos Multimídia Voltados Para o Treinamento Empresarial, Catálogos Eletrônicos, Educação Baseada em Computador e Ensino a Distância.
	Consultorias para Implantação de Projetos de Desenvolvimento Sustentável e Soluções para um Meio Ambiente Equilibrado.
	Projeto e Desenvolvimento de Sistemas, Dimensionamento, Implementação e Manutenção de Redes de Computadores (LAN, WAN, Wireless); Certificação de Cabeamento (Fibra Ótica e Par Metálico Até Categoria 6); Projeto, Configuração e Manutenção de Web-Sites, Web-Server, Firewall, Mailserver, FTP Server e Web Data Server.
	Indústria, Comércio e Exportação de Cosméticos e Perfumaria em Geral, Batons, Gloss, Hidratantes, Sabonetes, Perfumes, Água de Colônia e Deo-Colônia.
	Consultoria para Área de Educação e Legislação no trânsito, Guias de Leis de Trânsito e Desenvolvimento de Softwares para Controle de Multas.
	Comércio Exterior, Importação e Exportação.

Fonte: CIEM/2008

O objetivo geral da incubadora é reduzir a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas. Para isso oferece um ambiente flexível e encorajador. Oferece uma série de facilidades para o surgimento e crescimento de novos empreendimentos a um custo bem menor do que no mercado.

O empreendedor tem três anos para se tornar independente, com mais um ano de prorrogação, caso seja necessária. Sem necessidade de grande capital inicial, o centro procura

boas idéias e grande disposição de executá-las. O interessado passa por processo de seleção e os melhores projetos são selecionados.

É importante ressaltar que segundo o SEBRAE (2002), cerca de 50% das empresas, encerram as atividades em dois anos de existência, 56,4% em três anos e 59,9% em quatro anos.

Nesse sentido as experiências com incubadoras têm se mostrado muito positivas, pois é um local especialmente criado para abrigar novas empresas oferecendo estrutura para auxiliar, capacitar e favorecer os resultados positivos nos seus primeiros anos de existência. Para isso oferece apoio gerencial e técnico e outros serviços auxiliares que propiciam excelentes oportunidades de negócios e parcerias.

No caso do município de Marília, que já é culturalmente um pólo alimentício mesmo com as dificuldades e vantagens apresentadas, as micro e pequenas empresas da cidade têm se desenvolvido no ramo alimentício, e sua localização poderá ser explorada de forma positiva para reforçar a idéia de “capital do alimento”.

CONCLUSÃO

O presente trabalho apresenta as dificuldades enfrentadas pelas Micro e Pequenas Empresas no Estado de São Paulo, como também no Município de Marília. O estudo identificou que as empresas estão buscando produtos competitivos e com qualidade, devido à forte concorrência no mercado. Diante disso, as grandes empresas procuram terceirizar seus produtos em curto espaço de tempo, assim passando a utilizar os serviços das Micro e Pequenas Empresas.

Percebe-se maior concentração de MPEs de uma maneira geral no comércio, seguida dos serviços e indústrias. Apesar das dificuldades que essas empresas enfrentam, elas são uma importante contribuição para o crescimento e desenvolvimento do país, pois contribuem contra o desemprego, sendo uma alternativa de ocupação para uma pequena parcela da população que tem condição de desenvolver seu próprio negócio, e também uma alternativa de emprego formal ou informal para uma grande parcela da população. Além disso, elas conseguem se adaptar às mudanças no cenário econômico com mais facilidade se comparadas as grandes empresas. Uma das dificuldades que os empreendedores enfrentam é alta carga tributária, reduzindo assim a competição dessas empresas.

As MPEs no estado de São Paulo são empreendimentos com grande mobilidade no mercado, ou seja, todo ano é registrado um número expressivo de aberturas de empresas e todo ano ocorre um número elevado de fechamento de empresas.

A cidade de Marília apresenta um número expressivo de MPEs no setor alimentício tendo uma significativa contribuição para o desenvolvimento da cidade. As MPEs locais apresentam-se pouco competitivas pois as máquinas e equipamentos que a maioria utilizam são obsoletos, os investimentos são baixos, e a direção é familiar e centralizada na maior parte delas.

Percebe-se que Marília, possui um importante incentivo a essas empresas, tendo como aliado o Centro Incubador de Empresas “Miguel Silva”, com parcerias com o SEBRAE, Fundação de Ensino Eurípides da Rocha – UNIVEM e Prefeitura Municipal de Marília, gerando empregos e ajudando no combate a mortalidade das micro e pequenas empresas da cidade.

Concluí-se então, que as MPEs precisam de mais incentivos do governo, pra combater os altos índices de mortalidade, e gerar mais empregos para a população, os empreendedores

precisam também buscar conhecimentos e informações antes de abrir uma empresa, investir no pequeno negócio e buscar inovação.

REFERÊNCIAS

ANPROTEC, **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores**. Disponível em: <www.anprotec.org.br>. Acesso em 19 de outubro de 2008.

ARRUDA, J.A.; **Revolução Industrial e Capitalismo**. São Paulo, Brasiliense, 1984.

BRASILESCOLA, **História Geral, Revolução Industrial**. Disponível em: <<http://www.brasilescola.com/historiag/>>. Acesso em: 14 de setembro de 2008.

CIEM, **Centro Incubador de empresas de Marília**. Disponível em: <www.univem.edu.br/ciem>. Acesso em 15 de outubro de 2008.

DEBRET, Jean Baptiste. **Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil**. Primeira edição de 1834. São Paulo: Círculo do Livro, (s/d).

FERLINI, Vera Lúcia Amaral. **Pobres do Açúcar: estrutura produtiva e relações de poder o nordeste colonial**. In: SZMNECSANYI, Tamás (Org.). *História Econômica do Período Colonial*. São Paulo: Hucitec, 2002, v., p. 21-34.

FERREIRA, Elaine Moraes. **As pequenas Empresas e a Inovação Tecnológica sob a ótica das Mulheres**. Campinas, Unicamp, Dissertação de Mestrado, 2000.

GERANEGÓCIO, **O que são Clusters?**. Disponível em: <www.geranegocio.com.br>. Acesso em: 14 de outubro de 2008.

IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 25 de setembro de 2008.

O Descobrimento do Brasil. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v.1, n.1, p.53-65, 2007).

PALACIOS, Guilherme. **A Agricultura Camponesa e Plantations Escravistas no Nordeste Oriental Durante o Século XVIII**. In: SZMNECSANYI, Tamás (Org.). *História Econômica do Período Colonial*. São Paulo: Hucitec, 2002, v., p. 35-54.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARÍLIA, **Dados Gerais da cidade de Marília**. Disponível em: <www.marilia.sp.gov.br>. Acesso em: 14 de outubro de 2008.

RAIS, **Relação Anual de Informações Sociais**. Disponível em: <www.rais.gov.br>. Acesso em: 30 de setembro de 2008.

RODRIGUES, Andréia Marize; OLAVE, Maria Elena Leon; FUSCO, José Paulo Alves. **O Cluster Alimentício: Uma análise da Concentração de MPEs na Região de Marília/SP**. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2002.

RUGENDAS, Joran Moritz. **Viagem Pitoresca Através do Brasil**. Primeira edição de 1835. Belo Horizonte: Itatiaia, 1998.

SEBRAE, **Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/>>. Acesso em: 11 de agosto de 2008.

ANEXO A - EDITAL PERMANENTE DE SELEÇÃO DE EMPRESAS

O Centro Incubador de Empresas de Marília “Miguel Silva” - CIEM torna público que estão abertas inscrições para candidatos à incubação em seu quadro de empresas de negócios em projetos tradicionais da economia ou os de base tecnológica no Centro Incubador de Empresas de Marília “Miguel Silva”.

1 – OBJETIVO

O Centro Incubador de Empresas de Marília “Miguel Silva” – CIEM é uma iniciativa conjunta da Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha - FEESR e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo - SEBRAE-SP, com apoio da Prefeitura Municipal de Marília, voltada para o estímulo ao empreendedorismo, geração de empregos e criação de novos negócios, fornecendo condições para que empresas emergentes se desenvolvam e comercializem seus produtos. Os empreendimentos desenvolvidos com o apoio do CIEM terão à sua disposição, nos termos e condições explícitas no convênio entre a FEESR e o SEBRAE-SP, e no Regimento Interno do CIEM:

- a) Cessão, em regime de comodato nas dependências do Centro Incubador, de módulos com áreas variando entre 21 m² à 100 m², dotados de instalação elétrica, luminárias, pontos para linhas telefônica e de internet (somente para empresas associadas residentes e pré-residentes).
- b) Prestação de Serviços Básicos: recepção, secretaria, manutenção e limpeza.
- c) Disponibilização das seguintes infra-estruturas: sala de reunião, sala de treinamento, equipamentos de apoio (tv, vídeo, vídeo-projetor, notebook, máquina fotográfica digital e outros).
- d) Consultorias nas áreas administrativa, financeira, marketing, jurídica e tecnológicas.

2 – VAGAS E MODALIDADES DE INCUBAÇÃO

O Centro Incubador oferece vagas para empreendimentos com projetos tradicionais da economia ou os de base tecnológica, nas modalidades pré-residentes, associadas residentes e associadas não residentes, de acordo com suas disponibilidades físicas e atendendo os limites do convênio 101/2007.

3 – CANDIDATOS ELEGÍVEIS

As propostas poderão ser apresentadas por pessoas físicas ou jurídicas, individualmente ou em grupo, e poderão ter como objetivo o desenvolvimento de uma nova linha de produtos ou serviços, por uma empresa já existente ou a ser constituída, não sendo necessário que a empresa esteja formalmente constituída quando da apresentação da proposta; entretanto, deverá estar formal e legalmente constituída quando do início de suas atividades comerciais. Não serão aceitas propostas de empreendimentos de base exclusivamente comercial.

OBS: É vedada a participação de empresas e/ou empreendimentos de conselheiros, dirigentes, servidores ou empregados que estejam lotados ou em exercício em qualquer uma das entidades parceiras.

4 – CRITÉRIOS E PROCESSO DE SELEÇÃO

As propostas deverão ser apresentadas nos moldes do modelo de “Plano de Negócios” do CIEM, e serão analisadas pelo Comitê de Seleção e Comitê Gestor do CIEM com base em roteiro que poderá ser retirado na Secretaria do CIEM, na Avenida Hygino Muzzi Filho nº 529, Marília-SP, em horário comercial, ou na página do CIEM www.univem.edu.br/ciem.

O processo de seleção compreenderá as seguintes etapas:

4.1 – Pré Seleção das Propostas

As propostas dos candidatos para esta fase deverão ser apresentadas até o 10º dia útil de cada mês, e entregues mediante protocolo na Secretaria do CIEM, no endereço supra citado.

4.2 – Divulgação do Pré-Resultado da seleção

Após a análise e pré-seleção das propostas apresentadas os candidatos pré-selecionados serão convocados para uma entrevista.

4.3 – Entrevista com o Comitê de Seleção

Os responsáveis pelas propostas pré-selecionadas deverão participar obrigatoriamente desta entrevista, para apresentação e defesa de seus projetos.

4.4 – Seleção final

Análise final do Plano de Negócios e de outras informações solicitadas pelo Comitê de Seleção e Comitê Gestor do CIEM.

4.5 – Divulgação dos Resultados Finais

A divulgação dos resultados finais serão realizadas pela Secretaria Executiva do CIEM aos candidatos selecionados que terão um prazo de no máximo 30 dias para associarem-se no CIEM.

5 – INFORMAÇÕES ADICIONAIS E LOCAL PARA INSCRIÇÃO

Para maiores informações e para inscrição neste processo de seleção estarão disponibilizados aos candidatos os seguintes meios:

Secretaria do CIEM: Avenida Hygino Muzzi Filho, 529 – Marília (SP)

Telefones: 2105-0834 e 2105-0892

Página do CIEM: www.univem.edu.br/ciem

E.mail: incubadora@univem.edu.br

6 – CONDIÇÕES GERAIS

6.1 – Todas as informações recebidas dos candidatos serão tratadas como confidenciais.

6.2 – A critério da FEESR, poderão ser selecionados candidatos cuja admissão fique condicionada ao cumprimento de eventuais exigências de ordem normativa-legal, administrativa, operacional, de segurança ou outras, ou ao surgimento de uma nova vaga.

6.3 – O prazo estabelecido para os selecionados instalarem-se no Centro Incubador, será de 30 dias, a partir da aprovação da proposta e expedição da correspondência de aprovação.

6.4 – Os casos omissos serão resolvidos pelo Comitê Gestor do CIEM.

6.5 – As condições de ingresso estão condicionadas à assinatura do contrato P.A.D.E. – Pacto de Apoio para o Desenvolvimento Empresarial, Assessoria e Comodato (modelo disponível na Secretaria do CIEM).

6.6 – As decisões da FEESR e do Comitê Gestor do CIEM são soberanas e irrecorríveis.

7 – TAXAS

A taxa de inscrição no processo de seleção será simbólica, mediante a entrega de 2 embalagens pet (900 ml) de óleo comestível de soja, de qualquer marca, na Secretaria Executiva do CIEM, que posteriormente serão encaminhados a uma entidade assistencial a ser designada pelo Comitê Gestor do CIEM.

8 – DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

Os resultados do processo de seleção serão comunicados individualmente a cada empreendimento ou empresa participante pela Secretaria Executiva, por ordem do Presidente do Comitê Gestor do CIEM, no último dia útil de cada mês.

9 – DATAS IMPORTANTES

Atividade	Data / Período
Inscrição e entrega das propostas	Até o 10º dia útil de cada mês
Pré-seleção das propostas	Entre o 11º e 20º dias úteis
Entrevistas com Responsáveis pelas propostas	Entre o 21º e 29º dias úteis
Divulgação Resultado Seleção	Último dia útil de cada mês

Marília, 18 de Julho de 2008.

ANEXO B - FICHA DE INSCRIÇÃO CIEM

EDITAL DE SELEÇÃO DE EMPRESAS Nº 01/2008**1 – INFORMAÇÕES CADASTRAIS****1.1 - Pessoa Física (se a sua empresa ainda não é formalizada)**

Nome: _____
 C. P. F. nº: _____
 Endereço: _____
 Complemento: _____
 Telefone(s): _____
 E.mail: _____

1.2 - Pessoa Jurídica (se a empresa já é formalizada)

Empresa: _____
 Razão Social: _____
 C.N.P.J. nº: _____
 Data de
 Abertura: _____
 Endereço: _____
 Complemento: _____
 Telefone(s): _____
 E.mail: _____

2 – MODALIDADE DE EMPREENDIMENTO (assinale com um X)

Industrial	<input type="checkbox"/>
Tecnológica	<input type="checkbox"/>
Agroindustrial	<input type="checkbox"/>
Prestadora de Serviços	<input type="checkbox"/>

