

O IMPACTO GERADO PELA TRIBUTAÇÃO NO EMPREENDEDORISMO

Débora Gomes Machado*

Teisitel Peres Azevedo**

Rogério Piva da Silva***

Sinopse: O estudo proposto buscou identificar o impacto da tributação no empreendedorismo no cenário econômico da cidade de Pelotas (RS), buscando evidenciar o dilema dos empreendedores frente às dificuldades enfrentadas, principalmente com relação à tributação, para que seus empreendimentos não engordem as estatísticas de mortalidade das empresas. A questão-chave foi: Qual o efetivo impacto da tributação para o empreendedor pelotense? O método aplicado foi o dedutivo, e a pesquisa realizada classificou-se como exploratória, descritiva; pesquisa de campo, qualitativa e quantitativa. A técnica de coleta de dados empregada foi a entrevista estruturada. O universo de pesquisa foram as microempresas de Pelotas, constituídas a partir do ano de 2005. Aplicou-se uma regressão através do método *Ordinary Least Squares*, considerando o impacto dos tributos na mortalidade das empresas, utilizou-se o *software* econométrico *Eviews*. Como resultado da análise dos dados, aponta-se como uma das principais dificuldades encontradas para manter-se no mercado a alta carga tributária, sendo que o trabalho econométrico permitiu uma projeção de que para cada 1% de aumento na carga tributária haverá mais 5,03% das empresas encerrando suas atividades, confirmando que a mortalidade das empresas é fortemente sensível à tributação.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Tributação. Mortalidade das microempresas. Informalidade.

1 INTRODUÇÃO

A atual conjuntura econômica brasileira apresenta um cenário de difícil crescimento. A baixa produtividade do cidadão brasileiro e o alto índice de informalidade refletem

* Mestra em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professora do Departamento de Administração e Ciências Contábeis da FURG - Fundação Universidade Federal do Rio Grande. (debora_furg@yahoo.com.br).

** Aluna do MBA em Gestão Empresarial da UCPEL - Universidade Católica de Pelotas. (teisitel@bol.com.br).

*** Professor do Departamento de Administração e Ciências Contábeis da FURG - Fundação Universidade Federal do Rio Grande. E-mail. (dpivone@vetorial.net).

diretamente no PIB. O Brasil cresce pouco anualmente, uma taxa considerada insatisfatória em comparação a países emergentes do terceiro mundo. Em contrapartida, circulam nesse mercado pessoas com perfil empreendedor e que sofrem diretamente as consequências da alta carga tributária, da concorrência desleal, do custo elevado das obrigações trabalhistas e previdenciárias, e da burocracia enfrentada para a abertura e manutenção de uma empresa.

O tema proposto para a pesquisa foi empreendedorismo e tributação, buscando evidenciar as relações entre os mesmos, sendo abordados no âmbito da Tributação e Empreendedorismo sem discutir o mérito e a validade da legislação pertinente, e na tentativa de evidenciar o dilema dos empreendedores frente às dificuldades enfrentadas, principalmente com relação à tributação, para que seus empreendimentos não engordem as estatísticas de mortalidade das empresas.

Não foram abordadas questões inerentes à área de Marketing, Publicidade e Constitucionalidade. A área geográfica abrangida foi a cidade de Pelotas (RS). A problematização fomentada neste estudo está sintetizada na seguinte questão: Qual o efetivo impacto da tributação para o empreendedor pelotense?

Dada a questão exposta, surge a necessidade de responder ao problema proposto do qual decorrem os seguintes objetivos: o objetivo geral foi analisar o cenário econômico pelotense a partir da ótica do empreendedorismo e da carga tributária, a fim de evidenciar o impacto da tributação no empreendedorismo, tendo como referência as microempresas.

Os objetivos específicos: a) evidenciar as principais dificuldades enfrentadas para manter as microempresas no mercado pelotense; b) identificar, na prática, as relações entre empreendedorismo e tributação que são determinantes para a economia da cidade; e c) evidenciar de que forma a tributação impacta o desenvolvimento do empreendedorismo na cidade de Pelotas.

Poucas são as publicações encontradas que contrapõem os temas empreendedorismo e tributação, principalmente referindo-se à cidade de Pelotas/RS.

Considerando o potencial econômico existente, este estudo buscou estimular ações mais efetivas de crescimento e investimento na Região Sul, mais especificamente na cidade de Pelotas/RS.

2 EMPREENDEDORISMO E TRIBUTAÇÃO

No Brasil, a pesada carga tributária, totalizando 37,37% do PIB em 2005, conforme informações divulgadas pela Secretaria da Receita Federal (SRF), em Agosto de 2006, é um dos principais contratempos encontrados pelos empreendedores, aliado ao custo elevado das obrigações trabalhistas e previdenciárias, à burocracia enfrentada para a abertura de uma empresa e à baixa intensidade das penas para o sonegador.

Fazem parte deste mesmo cenário o alto índice de informalidade no mercado e a elevada taxa de mortalidade das empresas ainda no primeiro ano de atividade. Em contrapartida, o potencial econômico da cidade de Pelotas (RS), apontado em publicações, como a de Ribeiro (2002), como um dos melhores municípios para se investir, é um incentivo aos novos empreendedores.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Dornelas (2005) conceitua empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de idéias em oportunidades, e a perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. De acordo com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2004), de 1996 a 2002, houve um aumento significativo no número de microempresas no Brasil, de 2,9 milhões para 4,6 milhões, respectivamente. Em 2002, o total de empresas formais em atividade no Brasil era de 4,9 milhões, entre os setores da indústria, comércio e serviços. Desse total, as microempresas representam 93,6% do total de empresas, e o somatório das micro e pequenas empresas chega a 99,2% do total, um percentual bastante expressivo.

O empreendedorismo envolve, então, o ato de criar e gerenciar um negócio, assumir determinados riscos na busca do resultado, do lucro. Drucker (1998) destaca um fator importante para que uma empresa recém aberta seja considerada um empreendimento: o diferencial com relação aos concorrentes. Segundo esse autor, a inovação depende basicamente do abandono organizado, ou seja, livrar-se de hábitos e ver a mudança como uma oportunidade de buscar o tão almejado sucesso.

2.1.1 O Perfil Empreendedor

Timmons e Hornaday (*apud* DOLABELA, 1999) apresentam, como algumas das principais características das pessoas empreendedoras, iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização, perseverança, tenacidade, grande energia, dedicação, comprometimento, imaginação e liderança. Seu perfil é o de um sonhador realista, que tece redes de relacionamento (contatos, amizades) moderadas, utilizando-as intensamente, que conhece muito bem o ramo em que atua, que traduz seus pensamentos em ações, que tem a capacidade de influenciar as pessoas e a crença de que pode mudar algo no mundo.

Degen (1989, p. 10) afirma que “[...] a riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população”, conferindo, dessa forma, um importante papel ao empreendedor com relação ao crescimento econômico do País, em virtude da sua criatividade, iniciativa e capacidade inovadora.

2.1.2 O Processo Empreendedor

Segundo Dornelas (2005), a decisão por criar uma empresa ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores. Portanto, um processo empreendedor se inicia quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. O autor aponta quatro fases no processo empreendedor, que são a identificação da oportunidade, o desenvolvimento do plano de negócios, a captação dos recursos e o gerenciamento da empresa criada. É importante mencionar que, como cada fase compreende uma série de processos, não há a necessidade de conclusão de uma fase para que se inicie a próxima. É muito comum começar um novo ciclo sem ter concluído o anterior, ou, mesmo depois de já estar na terceira fase, ter de retornar à primeira. O importante é ter a visão global do que envolve o novo empreendimento para analisar todas as possibilidades existentes e as conseqüências que virão a partir das decisões tomadas. Por esse motivo, o plano de negócios se torna uma ferramenta de suma importância para o empreendedor concretizar sua idéia, nele estará descrita toda a essência da empresa.

Outro aspecto relevante diz respeito, a saber, lidar com os riscos, pois, mesmo com um excelente planejamento, sempre haverá momentos de incertezas e de necessidade de avaliação

de tudo o que já foi construído. Em todo o momento, a função de gerenciar se fará presente, ela não está apenas ligada à última etapa do processo empreendedor.

2.2 TRIBUTAÇÃO

Conforme o Art. 3º do Código Tributário Nacional, “[...] tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção por ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada” (BRASIL, 1966). Fabretti (2001) resume o conceito de tributo como sendo sempre um pagamento compulsório em moeda, forma normal de extinção da obrigação tributária. Destaca, ainda, que tributo é gênero, e as espécies são impostos, taxas e contribuições, podendo, estas, serem tributos não vinculados ou tributos vinculados. O fato gerador é um dos elementos fundamentais do tributo e, segundo Fabretti (2001, p. 121), representa “[...] a concretização da hipótese de incidência tributária prevista em abstrato na lei, que gera, ou seja, faz nascer a obrigação tributária”. Como exemplos, têm-se a prestação de serviços, a circulação de mercadorias e o recebimento de renda.

2.2.1 Imposto

Segundo Fabretti (2001), imposto é aquele que, uma vez instituído por lei, é devido independentemente de qualquer atividade estatal em relação ao contribuinte, não estando vinculado, portanto, a nenhuma prestação específica do Estado ao sujeito passivo. O imposto é de competência privativa, atribuída pela Constituição Federal (CF), ou seja, é exclusivamente da União ou dos Estados, ou dos Municípios, ou do Distrito Federal (Arts. 153 a 155 da CF). Os impostos podem ser diretos ou indiretos.

2.2.2 Taxa

De acordo com Fabretti (2001), a taxa tem como fato gerador o exercício regular do poder de polícia ou a utilização efetiva ou potencial de serviço público, específico e divisível, prestado ou colocado à disposição do contribuinte, não podendo ter base de cálculo ou fato gerador idêntico ao imposto, nem ser calculada em função do capital das empresas. Conforme os artigos 77 e 78 do CTN (1996), o poder de polícia é a atividade da administração pública

que limita e disciplina direito, interesse ou liberdade em razão do interesse público, concernente à segurança, à higiene, à ordem, aos costumes, à disciplina da produção e do mercado, à tranqüilidade pública ou ao respeito à propriedade e aos direitos individuais ou coletivos.

2.2.3 Contribuição de Melhoria

As contribuições de melhoria só podem ser cobradas se, em virtude de obras públicas, decorrerem valorização imobiliária para o contribuinte, sendo definida pelos artigos 81 e 82 do CTN (1996). De acordo com Fabretti (2001), em face das exigências do art. 82, como publicação prévia do memorial descritivo do projeto, orçamento do custo da obra etc. e pela possibilidade de impugnação pelos interessados; na prática, esta contribuição raramente é cobrada.

2.2.4 Contribuição Social

Conforme Fabretti (2001), analisando a relação custo/benefício para o contribuinte, verifica-se que o impacto da contribuição social ora é de imposto, ora é de taxa, ou seja, é um misto de imposto e taxa, não se enquadrando em nenhuma das espécies de tributo definidas pelo CTN (1996), sendo, portanto, uma quarta espécie de tributo, considerada como uma contribuição especial, pois não há dúvida que pertence ao gênero tributo. A contribuição social, para o empregador, incide sobre a folha de pagamento (INSS e FGTS), sobre a receita bruta (COFINS e PIS) e sobre o lucro (CSSL), não havendo nenhuma atividade estatal a ele diretamente relacionada, sendo, portanto, um tributo não vinculado, um imposto. Para o trabalhador, sua contribuição tem como contrapartida a garantia da Seguridade Social, havendo um serviço público ou efetivamente prestado ou colocado à sua disposição, como por exemplo: assistência médico-hospitalar e aposentadoria, caracterizando um tributo vinculado, portanto, taxa.

2.2.5 Carga Tributária no Brasil

A carga tributária bruta inclui contribuições sociais, impostos, taxas e contribuições de melhoria, bem como as contribuições para o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) no âmbito das três esferas de governo. Embora tenham sido adotadas pelo Governo

Federal várias medidas de desoneração tributária, percebe-se que a Carga Tributária Brasileira vem aumentando nos últimos anos, representando, em 2005, 37,37% do PIB, o que totaliza um acréscimo para a União de 1,18 % em relação a 2004. Conforme divulgado pela SRF (2006), esse aumento da arrecadação tributária é atribuído ao crescimento econômico, principalmente nos setores da indústria e serviços, à maior lucratividade das empresas e à melhor eficiência no controle da Administração Tributária. Alia-se a toda essa pesada carga tributária o crescimento das tarifas bancárias que vêm, nos últimos anos, sendo reajustadas acima da inflação.

Neste difícil cenário, o planejamento tributário se torna uma ferramenta de suma importância para as empresas, auxiliando-as em um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo, podendo sua implementação colaborar sobremaneira com o crescimento da empresa, sem violar as regras estabelecidas pela legislação vigente, destacando-se, portanto, três finalidades do planejamento tributário que são, de acordo com Martinez (2006), evitar a incidência do tributo, reduzir o montante do tributo e retardar o pagamento do tributo.

2.3 MORTALIDADE DAS EMPRESAS

Uma pesquisa realizada pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2004) aponta o alto índice de mortalidade de empresas com até quatro anos de atividade, revelando que 49,4% das empresas constituídas e registradas nas juntas comerciais dos Estados encerraram suas atividades com até dois anos de existência, 56,4% com até três anos e 59,9% não ultrapassaram os quatro anos.

Além de estatisticamente relevante, esse dado nos aponta um fator preocupante que é o desaparecimento de milhares de postos de trabalho a cada ano, causando inúmeros prejuízos financeiros e a perda dos recursos investidos. Tendo em vista que o estímulo ao empreendedorismo, bem como a redução da elevada taxa de mortalidade das empresas são elementos relevantes para o desenvolvimento econômico e social do País, através da geração de empregos, torna-se, então, indispensável evidenciar os fatores que acarretam essas elevadas taxas. A Tabela 1 evidencia este cenário assustador, em que a Região Sul está entre as que apresentam maior índice de mortalidade de empresas.

Tabela 1
Taxa de Mortalidade de Empresas por Região e Brasil

ANO DE CONSTITUIÇÃO	REGIÕES					BRASIL (%)
	SUDESTE	SUL	NORDESTE	NORTE	CENTRO- OESTE	
2002	48,9	52,9	46,7	47,5	49,4	49,4
2001	56,7	60,1	53,4	51,6	54,6	56,4
2000	61,1	58,9	62,7	53,4	53,9	59,9

Fonte: SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2004.

Com os índices apurados, tem-se idéia do custo social causado pelo encerramento de uma atividade econômica, pois implica em dispensa de mão-de-obra, perda de poupança e distribuição de renda. É importante salientar que a Região Sul, de acordo com o IPIB (2007), está entre as principais responsáveis pela composição do Produto Interno Bruto (PIB), de forma que um número expressivo de pessoas perde sua ocupação a cada ano. Em contrapartida, a cada ano surgem novas empresas, que geram novos postos de trabalho, estabelecendo um forte dinamismo socioeconômico.

Segundo Bedê (2004), os principais motivos para o encerramento precoce das empresas são: a falta de planejamento do negócio antes de sua abertura; a má gestão nos primeiros anos de atividade envolvendo finanças, aperfeiçoamento de produto, divulgação, vendas, assessoria técnica; a insuficiência de políticas públicas de apoio, sejam tributárias, trabalhistas ou de crédito; a conjuntura econômica, em que o consumo está retraído, a concorrência forte; e problemas pessoais dos donos da empresa, de saúde, de sucessão.

O autor acrescenta que, das empresas que encerraram suas atividades, apenas 42% registraram o fechamento do negócio na junta comercial. Destaca, ainda, alguns fatores que contribuem para a sobrevivência dos negócios com relação à gestão empresarial, aspectos como a sincronização de pagamentos/recebimentos, o aperfeiçoamento de produtos/serviços e a dedicação exclusiva ao negócio; ao planejamento/organização, um melhor nível de organização/escala, experiência anterior no ramo, ter conhecimento prévio dos clientes, bem como dos aspectos legais e dos fornecedores; às políticas de apoio, ser optante pelo SIMPLES, vender para o Governo, participar do Programa de Recuperação Fiscal (REFIS), ter capacitação pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), obter empréstimos para micro e pequenas empresas (MPEs).

2.4 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Como a classificação das micro e pequenas empresas varia entre as regiões, estados e municípios, dependendo de seu porte, do ramo de atividade e da constituição jurídica, e como o enfoque é a tributação, será utilizada a classificação de acordo com a legislação federal, Lei nº 9.317, de 05 de dezembro de 1996, que instituiu o Tributo Federal Simples e que enquadra as empresas de acordo com o seu faturamento, conforme segue: a) Microempresa (ME): até R\$ 240.000,00 de faturamento anual bruto; b) Empresa de Pequeno Porte (EPP): de R\$ 240.000,01 a R\$ 2.400.000,00 de faturamento anual bruto. Cabe ressaltar, também, a classificação do Sebrae, que é definida pelo conceito de pessoas ocupadas nas empresas, sendo: a) Para Microempresa: na indústria e construção, até 19 pessoas ocupadas e no comércio e serviços, até 09 pessoas ocupadas; b) Para Pequena Empresa: na indústria e construção de 20 a 99 pessoas ocupadas, e no comércio e serviços, de 10 a 49 pessoas ocupadas.

Segundo divulgado pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2005), em conjunto, as micro e pequenas empresas responderam, em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais, por 57,2% dos empregos totais e por 26,0% da massa salarial, sendo que houve um incremento da massa salarial de 57,3% nas micro empresas e de 37,9% nas pequenas empresas no período de 1996 a 2002. Isso comprova que, além de representarem a imensa maioria das empresas brasileiras, ainda representam um grande potencial de absorção de mão-de-obra.

3 METODOLOGIA

O método aplicado nessa pesquisa foi o dedutivo, que, segundo Marconi e Lakatos (2006), caracteriza-se pela conexão descendente entre a teoria e a ocorrência dos fenômenos.

A pesquisa se classifica como exploratória e descritiva. Segundo Gil (1991), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo explícito. Já a descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Enquadra-se como pesquisa de campo, que de acordo com Oliveira (2001), consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente para posteriores análises, possibilitando o estabelecimento de relações constantes entre determinadas condições (variáveis independentes) e determinados

eventos (variáveis dependentes), observados e comprovados. Quanto à abordagem do problema, classifica-se como qualitativa e quantitativa.

A técnica de coleta de dados empregada na pesquisa foi a entrevista estruturada, que segundo Martins (2002), é aquela que possui questões previamente formuladas, não havendo liberdade para alteração ou inclusão de questões por parte do entrevistador. O universo de pesquisa foi formado pelas microempresas, no âmbito municipal, de Pelotas, constituídas no período compreendido entre janeiro de 2005 e agosto de 2006. Na coleta de dados, das 109 empresas identificadas no universo da pesquisa, foram selecionadas 38 como amostra. O critério escolhido foi o de concentração das mesmas, sendo utilizada a zona central e o início do bairro Fragata, pelo fato de estarem mais próximas à principal área de comercialização do município.

A amostra da pesquisa foi por julgamento, em que, conforme Martins (2002), é escolhido intencionalmente um grupo de elementos que irão compor a amostra, de acordo com determinado critério, sendo constituída a partir do universo das empresas cadastradas na Secretaria Municipal de Receita (SMR) da Prefeitura Municipal de Pelotas e registradas na Junta Comercial do Rio Grande do Sul.

Também se aplicou uma regressão *Ordinary Least Squares* (mínimos quadrados ordinários) que, de acordo com Hill, Griffiths e Judge (2003) e Wolldrige (2006), se configura em uma das técnicas mais praticadas para análises de regressão limitadas por situações especiais. Considerou-se o impacto dos tributos na mortalidade das empresas. O *software* utilizado foi o *Eviews*.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Das 38 empresas selecionadas na amostra, foram efetivadas 18 entrevistas, as demais se enquadraram em empresas que alteraram sua sede ou que se encontram inativas ou encerradas. A entrevista foi estruturada em quatro partes, buscando identificar o perfil da empresa, o perfil do empreendedor, o perfil dos tributos e as dificuldades de se manter no mercado.

4.1 PERFIL DA EMPRESA

As empresas ativas representaram 95% da amostra, sendo que, apenas 5% são empresas inativas. Com relação à data de início das atividades, apenas 39% das empresas

coincide o início efetivo das atividades com o registro na junta comercial. O principal motivo atribuído a essa divergência é a burocracia enfrentada para abrir a empresa, desde o encaminhamento até a recepção dos documentos de constituição.

A principal atividade desenvolvida pelas empresas foi o Serviço, com 55%, seguido da combinação de Comércio e Serviço, com 28%, depois, a atividade de Comércio, Serviço e Indústria com 11% e, por último, o Comércio com 6% das empresas pesquisadas.

Evidenciou-se, na pesquisa, que 94% das empresas possuem a atividade de prestação de serviços, de onde se originam os mais variados tipos de serviços, sendo que, quando há a combinação de mais de uma atividade, as atividades de comércio e/ou indústria se originam da prestação de serviço oferecida. Constatou-se que a atividade exclusivamente de indústria não foi identificada na amostra estudada. Também, não houve a possibilidade de indicar a predominância de determinada atividade principal da empresa devido à grande diversidade de atividades desenvolvidas.

Identificou-se a presença de 8% de familiares como pessoas envolvidas de alguma forma, remunerada ou não, com a empresa. A existência de sócio-quotista, que não trabalha e não se envolve nas decisões da empresa, é de apenas 4% do total.

De forma geral, constatou-se que 50% das empresas já tiveram mais pessoas envolvidas do que atualmente. Percebe-se que um dos motivos da variação se deve à sazonalidade demandada pelos serviços oferecidos. Conforme descrito na seção 2, com relação à força de trabalho que representam as microempresas de acordo com estudos do Sebrae, fica ratificado o potencial de absorção de mão-de-obra das empresas locais.

4.2 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Com relação ao gênero dos entrevistados, constatou-se que 33% são do sexo feminino e 67% do sexo masculino. Também que 17% dos empreendedores mantêm outra atividade remunerada como forma de complementar a renda percebida. Portanto, 83% dedicam-se exclusivamente ao negócio, o que, conforme Bedê (2004), é um fator positivo que contribui para a sobrevivência da empresa.

No que se refere à escolaridade, 22% dos entrevistados possuem curso superior completo ou mais, 45% possuem segundo grau completo até superior incompleto, e 33% possuem primeiro grau completo até segundo grau incompleto. Dos entrevistados que possuem curso superior, 50% são oriundos da área das ciências sociais aplicadas e 50% da área das ciências humanas. Referente à faixa etária, 11% dos entrevistados estão na faixa de

20 a 25 anos, outros 11% possuem entre 26 e 30 anos, 33% têm de 31 a 35 anos, 17% de 36 a 40 anos, outros 17% de 41 a 45 anos, e 11% possuem mais de 46 anos.

Quanto à participação societária dos entrevistados, constatou-se que a maioria dos empreendedores possui acima de 95% do capital social da empresa. Identificou-se que 44% dos empreendedores estavam desempregados antes de constituir a empresa, e 56% estavam empregados. Dos empreendedores que estavam ocupados, 60% atuavam como funcionários de empresas privadas, 30% como autônomos e 10% como proprietários de outras empresas. Com relação à experiência oriunda da atuação dos empreendedores, evidenciou-se que 88% deles tinham experiência na atividade, 6% possuíam experiência acadêmica, e os demais 6% não possuíam experiência no ramo de negócio desenvolvido atualmente.

Dentre os principais motivos para a abertura da empresa, destacou-se o desejo de ser empreendedor, a aspiração de ter o próprio negócio, de não ter um superior imediato, ou de não ser subordinado a outros. Também a flexibilidade da carga horária de trabalho e, ainda, a autonomia da gestão do negócio, com 61% de incidência de respostas.

Com relação à perspectiva de incrementar a renda e melhorar o nível de vida, 44% do total de entrevistados elegeram este como sendo um dos principais motivos para abrir a empresa. Da mesma forma, 44% identificaram o ramo de atuação como sendo uma oportunidade de inserção e expansão no mercado econômico. Como forma de atender as exigências legais, formalizando sua relação com clientes e fornecedores, 28% deles necessitaram abrir a empresa para atender a esse pré-requisito.

Com relação ao tempo utilizado para planejamento do negócio, levantando informações sobre a atividade, o setor, as necessidades de mercado etc., denota-se que 28% dos empreendedores levaram em média dois meses planejando a abertura da empresa de acordo com as diversas variáveis envolvidas. Entretanto, 22% dos entrevistados afirmaram que não efetuaram nenhum tipo de planejamento anterior; abriram a empresa e, a partir desse momento, tomaram ciência da importância de um bom planejamento. Somam-se a esses 22%, mais 17% que utilizaram até uma semana para realizar o seu planejamento.

Em contrapartida, identificou-se que 11% dos empreendedores utilizaram entre 20 e 30 dias, demonstrando que houve uma maior análise das informações necessárias para conhecer o ramo de negócios escolhido. Da mesma forma, 11% utilizaram quatro e, outros 11%, seis meses planejando, estruturando, buscando informações, fato que se mostra imprescindível para a sobrevivência do futuro negócio, conforme já apontado por Bedê (2004).

No tocante às informações conhecidas pelos empreendedores antes de abrir o negócio, percebe-se que grande parte dos empreendedores, 83%, conhecia tanto seus concorrentes como seus fornecedores, em termos de preço e prazo. Dos entrevistados, 78% afirmaram conhecer também os aspectos legais, e 72% os clientes e seus hábitos de consumo. Com relação ao ponto, 67% tiveram a oportunidade de avaliar essa questão, alguns somente deram seqüência ao negócio, não puderam optar por um ponto diferente. Um aspecto revelado que se demonstra preocupante é que apenas 44% dos entrevistados tinham idéia do valor do investimento e dos custos envolvidos no negócio, o que gerou grande parte das dificuldades encontradas.

Depreende-se que um número expressivo de entrevistados, 94%, afirmou utilizar recursos próprios para a abertura da empresa. No entanto, em muitos casos, somente esse tipo de recurso não foi suficiente para cobrir todos os gastos envolvidos; portanto, 22% ainda afirmaram que negociaram prazo de pagamento com fornecedores e outros 22% contraíram empréstimos com instituições financeiras, na carteira de pessoa física. Percebe-se que aqueles que tiveram mais tempo planejando, estruturando o negócio, não precisaram dispor de outros recursos que não os próprios. Somente aqueles que precisaram optar tempestivamente por dar seqüência ao negócio tiveram a necessidade de dispor de mais de um tipo de recurso.

Diante da diversidade de atitudes que caracterizam o comportamento dos entrevistados, salientam-se os itens mais apontados por eles, que se enquadram no perfil de empreendedor. Identificou-se que, por unanimidade, foi apontada a busca do nível de qualidade e eficiência máxima na atividade desenvolvida, bem como a crença na sua capacidade pessoal de realizar sonhos, como sendo os principais motivadores para o sucesso do empreendimento. Destaca-se, também, a disposição para fazer sacrifícios pessoais em benefício do alcance dos objetivos da empresa, com 94% das respostas obtidas. Dos entrevistados, 89% afirmaram buscar intensamente informações que embasam a tomada de decisões, e que seguem persistentemente os objetivos propostos.

Com relação ao planejamento e monitoração de cada etapa de seus projetos/ações e o contato freqüente com clientes, fornecedores e outros parceiros do ramo de atuação, 72% asseguraram ter por hábito tais práticas. Ainda, 67% dos entrevistados expuseram que costumam estabelecer objetivos e metas para seus principais projetos. No tocante ao aproveitamento das oportunidades ligadas à antecipação de acontecimentos e/ou problemas futuros, apenas 56% dos entrevistados afirmaram sempre ter esse comportamento. O perfil do comportamento evidenciado na amostra estudada confirma as afirmações de Timmons e

Hornaday *apud* Dolabela (1999) de que não significa que os empreendedores que possuem essas características alcancem o sucesso almejado; entretanto, entende-se que quanto mais ações desenvolvidas, dentre as citadas pelo empreendedor, maior a possibilidade de sucesso.

4.3 PERFIL DOS TRIBUTOS

O responsável pelo trâmite burocrático de abertura da empresa foi, na maior parte dos casos (89%), um profissional de contabilidade. Apenas 11% dos entrevistados afirmaram ter se encarregado do registro e das providências necessárias. Todos os empreendedores entrevistados contam com um profissional de contabilidade como responsável pelas obrigações principais e acessórias que atendem à legislação fiscal e societária para manutenção da atividade da empresa.

Com relação ao regime tributário, constatou-se que 100% das empresas pesquisadas se enquadram no regime de apuração do IRPJ simplificado. Sendo assim, comprova-se que as empresas com aproximadamente dois anos de existência são empresas pequenas e que ainda estão em processo de inserção e sobrevivência, considerando o que Bedê (2004) afirmou como período crítico de desenvolvimento da empresa.

Ao serem indagados sobre o fato de já terem simulado outro regime tributário para comparar se estavam bem enquadrados, 28% dos entrevistados mencionaram que já havia simulado outros regimes. Em contrapartida, 72% afirmaram que, em razão da orientação do contador e pela especificidade da atividade desenvolvida, não consideraram necessário simular. Tal fato reflete o despreparo do empreendedor diante de um adequado planejamento tributário.

Com relação aos tributos recolhidos pelas empresas, embora muitos dos empreendedores não dominassem ou se envolvessem muito com a área tributária, respeitando as particularidades, os tributos mais citados coincidem com aqueles que mais pesam na carga tributária das empresas, conforme detalhamento da SRF (2006). Entretanto, depreende-se das respostas obtidas que alguns empreendedores não possuem o exato conhecimento da tributação relativa à sua empresa.

Verificou-se que, do total de entrevistados, 28% não têm idéia de quanto destina para os tributos, 22% acreditam que até 10% da receita é destinada para esse fim, enquanto 11% acreditam que o tributo onere a empresa entre 15 e 20% de sua receita. Ainda, 17% consideram que de 21 a 25% do faturamento global vai para os tributos, 6% estimam que o impacto dos tributos fique entre 26 e 30%, 11% atribuem que de 31 a 40% de sua receita é

destinada aos tributos e outros 11% que, de 41 a 45%, seja o impacto percentual dos tributos na sua empresa. Observou-se que, como a maioria dos empreendedores deixa o controle tributário a cargo do contador, eles consideram, muitas vezes, apenas a alíquota do Simples como o tributo que impacta a receita bruta da empresa. Em dado momento, alguns respondentes se fixaram apenas nos impostos, sem levar em conta as taxas e contribuições incidentes em suas atividades. Isso reforça a idéia de que os empreendedores não sentem a necessidade de conhecer mais profundamente a tributação de sua empresa, fato que pode ser determinante para o encerramento de suas atividades.

No que tange à busca de informações e atualização sobre o tema tributação, percebe-se que a principal fonte de atualização é o próprio contador, com incidência de respostas de 78%, seguido pela seção econômica / tributária dos jornais, televisão, portais da Receita Federal, Estadual ou Municipal, internet e contatos com pessoas ligadas à administração do negócio. Nenhum dos respondentes recorre a periódicos ou cursos especializados a fim de se atualizarem quanto às alterações na legislação que impactam a tributação da sua empresa.

Com relação ao tema planejamento tributário, mais uma vez a figura do contador aparece como responsável principal por esse tipo de controle, em que 71% dos entrevistados afirmaram que deixam tudo a cargo do contador, pelo fato dele se atualizar frequentemente. Dos empreendedores que já buscaram alguma forma de planejamento tributário, 17% afirmaram que o fizeram através de participação em seminário, palestra ou curso no ramo, e 6% buscaram informações na internet. Do total de entrevistados, apenas 6% mencionaram que nunca buscaram nenhum tipo de informação sobre esse tema.

4.4 DIFICULDADES DE SE MANTER NO MERCADO

Desde o momento de abertura da empresa até a data da realização da entrevista, várias foram as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores. Verifica-se que a falta de capital de giro foi apontada por 50% dos entrevistados. Em seguida, com 33% de incidência, aparece a carga tributária elevada. A concorrência muito forte, a falta de mão-de-obra qualificada e clientes descapitalizados, aparecem em 22% das respostas. Com 17% de incidência, as instalações inadequadas. Também, com 17%, foram mencionadas outras dificuldades, destacando-se o mercado fechado, dificultando a inserção e ampliação do nicho de mercado alcançado, e a dificuldade de se especializar ou de ter educação continuada, principalmente nas áreas técnicas e tecnológicas. Com 11%, foram mencionados problemas legais e

burocráticos, administração do fluxo de caixa, sincronização de recebimentos e pagamentos, e também custos elevados de manutenção.

Com relação à ação de aperfeiçoar produtos, verificou-se uma grande preocupação em oferecer ao mercado um produto que satisfaça o cliente ou que busque superar suas expectativas. Drucker (1998) afirmou que a inovação é uma característica indispensável para o empreendimento, é preciso estar sempre à frente, oferecer um diferencial competitivo. Em contrapartida, percebe-se uma carência na busca por assessoria, já que 50% dos entrevistados raramente buscam algum tipo de auxílio nesse sentido. A maioria dos entrevistados, 83%, preocupa-se em sincronizar receitas e despesas, o que demonstra a busca constante do ponto de equilíbrio financeiro para manter a empresa. Poucos empreendedores procuram investir em propaganda, os que não investem alegam que o principal motivo é não ter estrutura para atender um possível aumento de demanda. O principal fator apontado, com 61% de incidência de respostas, foi o bom conhecimento do mercado onde atua. Isso demonstra que os empreendedores têm a percepção de que o mercado é crucial na definição do sucesso ou fracasso do empreendimento.

Aproveitar as oportunidades de negócios, tais como inovação e expansão, quanto à oferta de novos produtos ou serviços, aparece com 56%. Reinvestir os lucros na própria empresa participou com 33%, com vistas à expansão de suas atividades ou instalações, e a capacidade de assumir riscos e a persistência/perseverança aparece com 28%. Foi apontada, ainda, com 22% de incidência, a importância de ter um bom administrador e de ter uma boa estratégia de vendas. Assim sendo, enfatiza-se a importância da gestão e do planejamento do setor comercial da empresa. A capacidade de liderança aparece com 11%, e o uso de capital próprio e outros fatores, como o comprometimento com o cliente, aparecem com 6% cada.

Com referência às áreas de conhecimento consideradas importantes pelos empreendedores no primeiro ano de atividade, destacam-se a organização empresarial, que contempla o alcance dos objetivos e metas traçadas pela empresa, com 78% de incidência de respostas, seguida pelo planejamento, de curto ou longo prazo, com 56%, e pela área de relações humanas, ou seja, a gestão de pessoas, com 50%. Foram apontadas, também, como áreas importantes, o *marketing*, onde enquadra-se, principalmente, o investimento em propaganda, com 33% de incidência de respostas, a análise financeira, com 22%, a informática e vendas com 17%, e o processo decisório com 6%.

Considerando as dificuldades enfrentadas pelas empresas, o principal auxílio mencionado foi o capital de giro ou auxílio financeiro, através de linhas de crédito específicas

para quem recém abriu uma empresa ou para quem está planejando começar um negócio, com 28% do total, seguido pelo fiscal/tributário, em que se destacam a desoneração, a necessidade de uma reforma tributária ou simplificação do sistema de impostos, com 17%.

Das empresas entrevistadas, 22% não especificaram que tipo de auxílio teria sido útil. Foram mencionados, ainda, mais incentivos do Governo às micro e pequenas empresas, através de políticas públicas de apoio às micro e pequenas empresas, com 11%; planejamento financeiro e acesso a tecnologias/ferramentas, com 6% cada; auxílio no âmbito organizacional e apoio de entidades como o Sebrae, com 5% cada. Conforme Bedê (2004), alguns fatores podem ser considerados determinantes para a mortalidade das empresas, destacando-se as deficiências de planejamento antes da abertura do empreendimento; as deficiências na condução da empresa, na sua gestão; a insuficiência de políticas de apoio às empresas; a conjuntura econômica (baixo nível de consumo e concorrência elevada); e os problemas pessoais enfrentados pelos sócios-proprietários.

Para finalizar a entrevista, foi solicitada a opinião dos empreendedores, baseada na sua experiência empresarial, sobre os temas tributação e empreendedorismo. Os resultados apontaram que 89% dos entrevistados entendem que a carga tributária, elevadíssima no Brasil, impacta fortemente o empreendedorismo. De acordo com os depoimentos dos empreendedores entrevistados, 89%, evidenciou-se uma forte angústia pelo alto impacto dos tributos no faturamento global da empresa, o que gera dificuldades de investir e fazer a empresa crescer, ou mesmo manter a empresa funcionando. Apenas 11% consideraram que ambos os temas não se relacionam diretamente.

Assim sendo, uma das principais dificuldades encontradas na gestão da empresa, segundo os empreendedores, está na alta carga tributária no Brasil (33%). Visando comprovar essa afirmação, aplicou-se uma regressão através do método dos mínimos quadrados ordinários (*Ordinary Least Squares*), considerando o impacto dos tributos na mortalidade das empresas. O *software* econométrico utilizado foi o *Eviews*.

Tabela 2
Coefficiente de Correlação entre Mortalidade das Empresas e Tributação

	MORTALIDADE	TRIBUTOS
MORTALIDADE	1.000.000	0.566002
TRIBUTOS	0.566002	1.000.000

Fonte: Elaborada pelos autores.

Conforme demonstrado na Tabela 2, existe uma relação linear positiva entre as variáveis mortalidade e tributação com coeficiente de correlação de 0,56. A partir daí, foi realizada uma regressão aplicando-se as hipóteses habituais. Na especificação do modelo, a variável explicada e representada por *LMORTALIDADE*, em log, *C* é uma constante e *LTRIBUTOS*, também em log, é a variável explicativa.

Os dados da variável *LMORTALIDADE* foram desenvolvidos pelo autor a partir dos dados da JUCERGS (2007), e fazem referência aos dados da mortalidade de empresas no Rio Grande do Sul, enquanto os dados referentes à variável *LTRIBUTACAO* representam a carga tributária brasileira em relação ao PIB e têm como fonte a Secretaria da Receita Federal.

Tabela 3

Teste da Variável Mortalidade da Empresas e a Tributação

Dependent Variable: LMORTALIDADE				
Method: Least Squares				
Date: 04/12/08 Time: 16:12				
Sample: 2001 2005				
Included observations: 5				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-31.14502	22.35353	-1.393293	0.2578
LTRIBUTACAO	5.036293	2.860736	1.760488	0.1765
R-squared	0.508142	Mean dependent var		8.207687
Adjusted R-squared	0.344189	S.D. dependent var		0.286032
S.E. of regression	0.231635	Akaike info criterion		0.201868
Sum squared resid	0.160965	Schwarz criterion		0.045643
Log likelihood	1.495329	F-statistic		3.099320
Durbin-Watson stat	2.466003	Prob(F-statistic)		0.176549

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os resultados da regressão são sumarizados na Tabela 3, que demonstra uma probabilidade superior a 82% na associação entre a mortalidade das empresas e a carga tributária. O R² mostra na regressão, que a alta tributação é responsável por mais de 50% da explicação na mortalidade das empresas. No que se refere à variável explicativa, como a regressão foi feita com as variáveis em *log*, a interpretação desse coeficiente (5,03) nos leva a afirmar que o número de mortalidade das empresas é bastante sensível à tributação. Para ser mais preciso, a cada 1% de aumento na carga tributária a quantidade de mortalidade das empresas crescerá 5,03%.

5 CONCLUSÃO

A partir dos dados coletados nas entrevistas com os empreendedores pelotenses, ficou evidente, segundo a percepção dos mesmos, o forte impacto que a tributação exerce nos seus empreendimentos, independente do tempo investido no levantamento de informações sobre o mercado e no planejamento da empresa. Como prova disso, muitas foram as dificuldades apontadas pelos entrevistados para se manter no mercado, destacando-se a falta de capital de giro e a carga tributária elevada. Foram apontadas, ainda, a concorrência muito forte, a falta de mão-de-obra qualificada e clientes descapitalizados.

Outras dificuldades apontadas pelos entrevistados foram, também, as causas de um aumento da informalidade no mercado, juntamente com o elevado índice de desemprego, fato que impacta diretamente as empresas devidamente registradas e que, mês a mês, cumprem suas obrigações tributárias. Cria-se então um círculo vicioso. Por um lado, o empresário formalizado não consegue gerar mais postos de trabalho, pelo alto custo que isso representa, então, diversos trabalhadores continuam sem uma oportunidade de trabalho; por outro lado, o trabalhador informal torna-se uma concorrência desleal a quem tem um alto custo para manter sua empresa no mercado. Dessa forma, o crescimento e o desenvolvimento econômico ficam aquém do que se espera para fomentar a economia local de forma significativa.

Dado esse dinamismo, o planejamento representa uma referência, uma ferramenta que dará suporte para concretizar os objetivos e metas traçados pelo empreendedor, mas o comportamento empreendedor, buscando sempre se antecipar aos fatos, com uma visão de longo prazo, buscando novas oportunidades, ocupando espaços ainda não ocupados por outros, pode ser o diferencial para continuar num mercado com tantos desafios.

Quanto às relações entre empreendedorismo e tributação, os resultados da regressão mostram uma probabilidade superior a 82% na associação entre a mortalidade das empresas no Rio Grande do Sul e a carga tributária no Brasil, e a alta tributação é responsável por mais de 50% da explicação na mortalidade dessas empresas.

O trabalho econométrico possibilitou projetar o impacto da tributação na mortalidade das empresas. Para ser mais preciso, os resultados demonstram que para cada 1% de aumento na carga tributária a quantidade de empresas que fechariam suas portas cresceria em 5,03%.

Esses dados podem muito bem serem projetados para explicar o impacto da tributação no desenvolvimento do empreendedorismo na cidade de Pelotas. A alta carga tributária retrai os investimentos nas micro e pequenas empresas entrevistadas, o que impede um maior

crescimento da economia local. Elevado é o custo de manutenção de uma empresa, principalmente para aquelas que necessitam de vários funcionários. O empreendedor chega até um ponto, do qual é difícil ultrapassar sem incentivos, muitas vezes a dificuldade é de manter a empresa funcionando e não apenas de melhorá-la.

Percebeu-se que a questão do planejamento anterior à abertura do negócio é indispensável, tendo em vista que o mercado por si só apresenta mais dificuldades que oportunidades. No entanto, tão importante quanto o planejamento é a necessidade de políticas públicas que ampliem o apoio às micro e pequenas empresas, tanto na simplificação/desoneração dos tributos, como através de linhas de crédito específicas ou mesmo desburocratização e redução dos custos para abertura de novos empreendimentos, tendo em vista o importante papel que as micro e pequenas empresas representam na economia brasileira, principalmente pelo potencial de geração de postos de trabalho, beneficiando direta ou indiretamente inúmeras famílias.

THE IMPACT POWERED BY TAXATION IN ENTREPRENEURSHIP

Abstract: The proposed study was to identify the impact of taxation in entrepreneurship within the economic environment pelotense, seeking evidence of the dilemma facing the difficulties facing entrepreneurs, especially with regard to taxation, so that their ventures increase not the statistics of mortality businesses. The key question was: What is the actual impact of taxation for the entrepreneur pelotense? The method was applied deductive and the survey classified themselves as exploratory, descriptive; search the field, qualitative and quantitative. The technique for data collection used the interview was structured. The universe of search was the micro of Pelotas-RS-Brazil, formed from the year 2005. Applied to a regression by the method Ordinary Least Squares, considering the impact of taxes on mortality of enterprises, the software is used econometric Eviews. As a result of the analysis of data, suggests itself as one of the main difficulties in keeping up the market to high tax burden, and the econometric work has a projection that for every 1% increase in tax burden will be no more 5,03% of companies closing their activities, confirming that the mortality of business is strongly sensitive to taxation.

Keywords: Entrepreneurship. Taxation. Mortality of micro. Informality.

REFERÊNCIAS

BEDÊ, M. A. (Coord.). **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos**. São Paulo: Sebrae, 2004.

BRASIL. **Lei nº 9.317, de 05 de dezembro de 1996**. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de pequeno Porte - SIMPLES e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 06 de dez 1996. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Leis/Ant2001/lei931796.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2007.

_____. **Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966**. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e Institui Normas Gerais de Direito Tributário Aplicáveis à União, Estados e Municípios. Denominado CÓDIGO TRIBUTÁRIO NACIONAL pelo art. 7º do Ato Complementar nº 36, de 13.3.1967. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/CodTributNaci/ctn.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2007.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. **Administrando para obter resultados**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1998.

FABRETTI, L. C. **Contabilidade tributária**. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

HILL, R. C.; GRIFFITHS, W. E.; JUDGE, G. G. **Econometria**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

IPIB. Produto Interno Bruto. **PIB Brasil**. 2007. Disponível em:
<<http://www.ipib.com.br/pibbrasil/valor.asp>>. Acesso em: 20 fev. 2007.

JUNTA COMERCIAL DO RIO GRANDE DO SUL. Estatística 2006. 2006. Disponível em:
<http://www.jucergs.rs.gov.br/sitejucergs/Site/juc-est_2006.html?Delegacias=1&opcao=1&prefixo=juc-est_2006.html>. Acesso em: 20 fev. 2007. (**Empresas abertas e extintas**).

_____. **Constituição de empresas por Coredes**. 2006. Disponível em:
<<http://www.jucergs.rs.gov.br/sitejucergs/estatistica/2006/constcoredes2006.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2007.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINEZ, M. P. O contador diante do planejamento tributário e da lei antielisiva. **Cosife Eletrônico**. 2006. Disponível em: <<http://www.cosif.com.br/.asp?=20040619elisao>>. Acesso em: 16 out. 2006.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica**: Projetos de Pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses. São Paulo: Pioneira, 2001.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PELOTAS. **Qualidade de vida e bons negócios**. Pelotas: 2006. 01 CD-ROM

RECEITA FEDERAL. **Estudos tributários 15**: carga tributária no Brasil 2005. Brasília, Agosto 2006. Disponível em:
<<http://receita.fazenda.gov.br/historico/EstTributarios/Estatisticas/default.htm>> Acesso em: 29 ago. 2006.

RIBEIRO, L. C. S. **Pelotas**: um dos melhores municípios brasileiros para investimentos. Pelotas: EDUCAT, 2002.

_____. **Boletim estatístico de micro e pequenas empresas**. Brasília: Sebrae, 2005. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 20 fev. 2007.

WOLLDRIDGE, J. M. **Introdução a econometria**: uma abordagem moderna. São Paulo: Pioneira Thonson Learning, 2006.