

Revista Científica Hermes  
ISSN: 2175-0556  
hermes@fipen.edu.br  
Instituto Paulista de Ensino e Pesquisa  
Brasil

Leite Freire, Denilson Aparecida; Nunes Muritiba, Sérgio; Morilha Muritiba, Patricia  
TAXONOMIA DO PORTE DAS EMPRESAS EM  
PESQUISAS: CARACTERIZANDO AS MÉDIAS EMPRESAS  
Revista Científica Hermes, vol. 19, 2017, Setembro-Dezembro, pp. 536-560  
Instituto Paulista de Ensino e Pesquisa  
Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477653850010>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

redalyc.org  
UAEM

Sistema de Informação Científica Redalyc  
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal  
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa  
acesso aberto

**TAXONOMIA DO PORTE DAS EMPRESAS EM PESQUISAS:  
CARACTERIZANDO AS MÉDIAS EMPRESAS**  
**COMPANY'S SIZE TAXONOMY IN RESEARCH: DEFINING AND  
DESCRIBING MEDIUM COMPANIES**

*Recebido: 14/10/2016 – Aprovado: 12/10/2017 – Publicado: 10/12/2017*

*Processo de Avaliação: Double Blind Review*

Denilson Aparecida Leite Freire<sup>1</sup>

Doutor em Administração da Universidade Federal de Uberlândia

Professor do Curso de Administração

Sérgio Nunes Muritiba<sup>2</sup>

Doutor em Administração da Universidade Federal de Uberlândia

Pesquisador de Governança Corporativa e Estratégia

Patricia Morilha Muritiba<sup>3</sup>

Doutora em Administração

Professor da Universidade Federal do ABC

## **RESUMO**

A definição da amostra de um estudo é uma das etapas mais relevantes, metodologicamente, para que o estudo permita sua contextualização e validade. No caso das pesquisas na área de ciências sociais, há uma dificuldade iminente na contextualização do porte das organizações pesquisadas. O estudo revelou a necessidade de padronização dos critérios que definem as médias organizações, a fim de possibilitar

---

<sup>1</sup> Autor para correspondência: Universidade Federal de Uberlândia: Av. João Naves de Ávila, 2121 – Santa Mônica, Uberlândia – MG, 38408-100. denilson.freire@hotmail.com

<sup>2</sup> Autor para correspondência: smuritiba@gmail.com

<sup>3</sup> Autor para correspondência: patricia.muritiba@ufabc.edu.br

estudos comparativos e de facilitar análises econômicas e financeiras. Ficou claro que as definições atualmente utilizadas originam-se da sociedade e muito pouco do meio acadêmico, apontando para a necessidade de definições mais acadêmicas. O trabalho revela, ainda, que os principais obstáculos ao crescimento continuam sendo a elevada carga tributária e a escassez de mão de obra qualificada e que os principais determinantes para o crescimento futuro residem no investimento em governança corporativa, em recursos humanos e na expansão geográfica.

**Palavras-chaves:** Definição de Média Empresa; taxonomia; perfil da média empresa.

## **ABSTRACT**

The sample size of a study is one of the most important steps, methodologically, the study allows for its contextualization and validity. In the case of research in the social sciences, there is a difficulty in the context of the impending sized organizations surveyed. The study revealed the need for standardization of the criteria that define the medium organizations to enable comparative studies and to facilitate economic and financial analyzes. It was clear that the definitions currently used stem from society and very little from academia, pointing to the need for more academic settings. The work also shows that the main obstacles to growth remains the high tax burden and shortage of skilled labor and that the main determinants for future growth reside in investing in corporate governance, human resources and geographic expansion.

**Keywords:** Definition Media Company; Taxonomy; Profile Media Company.

## 1. INTRODUÇÃO

Na pesquisa em ciências sociais, notadamente no campo da Administração de Empresas, a definição da amostra do estudo é uma das condições mais importantes para a validação do estudo. São muitas as variáveis que fazem com que diferentes tipos de empresas possuam diferentes perfis e, por isso, não sejam comparáveis os resultados das pesquisas se eles forem realizados em organizações de perfis incompatíveis (COGHLAN; COUGHLAN; BRENNAN, 2004).

Sendo assim, a definição da amostra de empresas que estão sendo pesquisadas é de preocupação do pesquisador, metodologicamente, já nos estágios iniciais do seu estudo, ou seja, na coleta de bibliografias anteriores (COOPER, 1984).

Uma das dificuldades inerentes à definição da amostra tem sido o desafio de caracterizar o porte das empresas (TONN, 2011). Existem diversas instituições nacionais e internacionais que definem empresas de pequeno, médio e grande porte, primeiro por critérios diferentes – como o faturamento ou número de funcionários – e depois por faixas diferentes dentro desses critérios (VOLKER; PHILLIPS; ANDERSON, 2001).

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

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

Entretanto, essas definições encontram-se mais nas políticas de mercado, através de organismos que procuram regular ou estimular a economia de cada país, do que nas academias. Quase não existe uma definição de porte de empresas realizada no âmbito universitário (LIMA, 2001).

São muitas as implicações desse problema. Primeiro, isso gera uma falta de especificidade na hora de encontrar e compilar estudos anteriores sobre a mesma amostra e conduzidos em condições semelhantes (GLANZEL, 1996).

Em segundo lugar, falta transparência na prestação de contas da qualidade das pesquisas realizadas, já que elas podem ter misturado empresas de diferentes características dentro de uma mesma nomenclatura – o que seria, por exemplo, o caso de se realizar uma pesquisa em empresas médias, mas utilizando-se estudos anteriores sobre empresas de pequeno porte (SLAVIN, 2007).

Em terceiro lugar, e como decorrência dos anteriores, dificulta a criação de instrumentos específicos para coleta de dados nessas empresas, uma vez que elas têm características diferentes de acordo com o porte (DEVELLIS, 2003). Por exemplo, é muito diferente fazer uma pesquisa sobre o tema liderança, em uma empresa com vários níveis hierárquicos e em outra em que os proprietários tomam boa parte das decisões importantes e lideram grande parte dos funcionários da empresa de forma menos estruturada que nas empresas maiores (WEDDINGTON, 2001). Em várias áreas do conhecimento esse mesmo problema se repete: os perfis das empresas de maior e menor porte, independente de como estão sendo definidos, são diferentes na área financeira (PALMON; SUDIT; YEZEGET, 2008), de inovação (WEISS; NAIK; WEISS, 2009), e em muitos outros aspectos.

Sendo assim, este artigo tem como objetivo discutir a caracterização de empresa de médio porte, assim como discutir sua inserção no cenário econômico nacional e do estado de São Paulo, estado com a maior concentração de médias empresas do país, buscando analisar seu potencial de crescimento e sua contribuição econômica.

Pretende-se responder às seguintes questões:

1. Quais são as opções que o pesquisador da área de ciências sociais tem ao definir o porte das empresas que farão parte de seu estudo?
2. Como se pode caracterizar a empresa de médio porte em taxonomias nacionais e internacionais?
3. Qual o perfil deste tipo de organização, em termos de seu crescimento, tendo como foco as empresas de médio porte do estado de São Paulo?

Trata-se de um ensaio teórico que utilizou como método a pesquisa qualitativa, por meio da análise de conteúdo de documentos legais e técnicos elaborados pelo governo e pelos órgãos de classe e comerciais, como o Banco Nacional de Desenvolvimento



Econômico e Social (BNDES), o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) e o Mercosul.

Este estudo está dividido da seguinte maneira: primeiro serão apresentadas as principais definições de média empresa, seguidas pela sua contextualização no cenário nacional e internacional. Em seguida, serão discutidos os principais fatores que potencializam ou que minimizam o crescimento dessas organizações e, finalmente, serão apresentadas as considerações finais do trabalho.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. DEFINIÇÃO DE EMPRESAS DE MÉDIO PORTE

No caso brasileiro, as definições de média empresa começam a aparecer nas práticas de organismos bancários e comerciais, como BNDES, Mercosul, Sebrae e IBGE.

A classificação de porte de empresa adotada pelo BNDES é aplicável a todos os setores da economia e utiliza, também, o critério de faturamento anual. Ele define a média empresa como organizações com receita operacional bruta anual de 16 a 90 milhões, como está demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 Definição de porte de empresas pelo BNDES.

Setor	Receita Operacional Bruta Anual				
	Micro até	Pequena até	Média	Média-Grande	Grande
Receita Operacional Bruta	2,4 milhões	2,4 a 16 milhões	16 a 90 milhões	90 a 300 milhões	Acima de 300 milhões

Fonte: BNDES (2012).

Outro exemplo de possível conceituação encontrada na literatura refere-se à caracterização de pequena e média empresa (JACYNTHO, 2002) como aquela que pode:

- ser dirigida pessoalmente por seus proprietários;
- possuir um reduzido quadro de pessoal;
- não ocupar posição dominante em seu setor;
- não dispor de elevados recursos econômicos;
- ter reduzido valor de capital e de faturamento anual em relação ao setor econômico onde opera;
- não estar direta ou indiretamente vinculada aos grandes grupos financeiros e ser juridicamente independente de outras grandes empresas.

Contudo, como não existe unanimidade conceitual na academia, percebeu-se que a maioria das pesquisas se utiliza das definições oriundas de organismos públicos ou de entidades de classe como o Sebrae, entre outros.

Desse modo, não existe nenhuma definição completa e universal de porte de empresa. Talvez a melhor definição prática seja um critério funcional, como a que define pequenas empresas como aquelas nas quais o proprietário controla pessoalmente, enquanto seu tamanho ainda não exigiu uma estrutura administrativa substancialmente descentralizada (RESNIK, 1990).

Com relação aos órgãos públicos, a nível Federal, por exemplo, podem-se encontrar diferentes definições de micro e pequena empresa. O Estatuto da Micro e Pequena Empresa, Lei n. 9.841/1999 (Revogada pela Lei Complementar n. 123, de 2006), define a micro e pequena empresa com base na receita operacional bruta anual, conforme pode ser visto na tabela 2.

Porém, não há, a nível Federal, uma legislação específica para caracterizar a média empresa.

Isso indica que, além do pouco suporte acadêmico nas definições de porte de empresa, concentrando-se, as que existem, nos órgãos públicos e comerciais e direcionados à micro e pequena empresa, quando se refere especificamente a média empresa, o hiato torna-se maior.

Tabela 2 Caracterização da micro e pequena empresa.

<b>Legislação</b>	<b>Setor</b>	<b>Com base na Receita Operacional Bruta</b>	
		<b>Micro até</b>	<b>Anual Pequena até</b>
Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006)	—	360 mil	360 mil a 4,8 milhões

Fonte: Sebrae (2010).

Outro agravante é que, quando a academia decide estudar a média organização, o faz em conjunto com as pequenas ou grandes empresas. É comum nos estudos acadêmicos as referências às pequenas e médias empresas (PME's) ou pesquisas com as grandes e médias, mas são raros os estudos focados apenas nas médias empresas.

Portanto, faz-se importante pesquisar como a academia e o mercado constroem a definição de média empresa, como se caracteriza e como influencia a economia nacional, além de tentar demonstrar a necessidade de se buscar estudos acadêmicos específicos nesse segmento.

A Resolução n. 59/1998, referente à tarifação fiscal aos países participantes do Mercosul, utiliza-se de dois critérios para a definição das MPE's. O primeiro diz respeito à receita operacional bruta anual e que classifica a média empresa como aquela que possui tal receita, variando entre 2,5 milhões a 20 milhões no ramo industrial e de 1,5 milhões a 7 milhões nas atividades de comércio e serviço, conforme demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 Definição de MPE's pelo Critério de Receita Operacional.

<b>Legislação</b>	<b>Setor</b>	<b>Com base na Receita Operacional Bruta Anual</b>		
		<b>Micro até</b>	<b>Pequena até</b>	<b>Média até</b>
Mercosul	Indústria	400 mil	400 mil a 3,5 milhões	2,5 milhões a 20 milhões
Resolução n. 59/1998	Comércio	200 mil	200 mil a 1,5 milhões	1,5 milhões a 7 milhões
	Serviço	200 mil	200 mil a 1,5 milhões	1,5 milhões a 7 milhões

Fonte: Mercosul (1998).

O segundo critério baseia-se no número de empregados e define a média empresa como aquela que tem de 41 a 200 empregados, no setor da indústria, e de 31 a 80 nos setores comerciais e de serviços, como pode ser visto na Tabela 2.

Tabela 2 Definição de MPE's pelo Critério de Número de Empregados.

<b>Legislação</b>	<b>Setor</b>	<b>Baseado no Número de Empregados</b>
-------------------	--------------	--

		<b>Micro até</b>	<b>Pequena até</b>	<b>Média até</b>
Mercosul	Indústria	1 a 10	11 a 40	41 a 200
Resolução 59/1998	n. Comércio	1 a 5	6 a 30	31 a 80
	Serviço	1 a 4	6 a 30	31 a 80

Fonte: Mercosul (1998).

Já o Sebrae também traz uma caracterização para o porte das empresas, utilizando-se do critério de número de pessoas ocupadas. Para esses órgãos, a média empresa é aquela que apresenta de 100 a 499 funcionários, no ramo industrial, e de 50 a 99 empregados nas atividades de comércio e serviço, conforme demonstrado na Tabela 3.

Tabela 3 Definição de Porte de Empresas pelo Sebrae.

<b>Instituição</b>	<b>Setor</b>	<b>Número de Empregados</b>			
		<b>Micro</b>	<b>Pequena até</b>	<b>Média</b>	<b>Grande</b>
IBGE/Sebrae	Indústria	0 a 19	20 a 99	100 a 499	Acima de 500
	Comércio	0 a 9	10 a 49	50 a 99	Acima de 100
	Serviço	0 a 9	10 a 49	50 a 99	Acima de 100

Fonte: Sebrae (2010).

Além das variações de classificação de porte que ocorrem dentro de um país, o mesmo fenômeno é observado dentro de um mesmo órgão. Nos seus relatórios estatísticos, o IBGE, por exemplo, encontram-se definições que variam de acordo com o segmento econômico estudado. Em um relatório que faz a análise econômica das micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil (IBGE, 2003), a microempresa é aquela que possui até cinco pessoas ocupadas; a pequena empresa possui de seis a 19 empregados e as médias e grandes empresas (em conjunto) são classificadas como aquelas que apresentam mais de 20 indivíduos ocupados.

Entretanto, o mesmo órgão, ao realizar a pesquisa da demografia das empresas brasileiras em 2008, adotou a definição da Organização para Cooperação e

Desenvolvimento Econômico (OCDE)<sup>i</sup>, segundo a qual empresas com uma a nove pessoas ocupadas são consideradas microempresas, empresas com dez a 49 pessoas foram consideradas pequenas, com 50 a 249 pessoas, médias, e, por fim, com 250 ou mais pessoas, empresas grandes (SCHMIEMANN, 2006).

Diante dessa multiplicidade de definições, pode-se tornar difícil efetuar comparações e analogias entre as pesquisas existentes em um mesmo país, devendo-se analisá-las individualmente.

Contudo, torna-se necessário estabelecer um critério-base para levantamento e análise de dados que possibilitem a comparação de estudos entre médias empresas, tanto dentro de um mesmo país quanto internacionalmente.

No Brasil, observa-se que a maioria das pesquisas disponíveis e encontradas sobre médias empresas, baseia-se no critério de número de funcionários e que são utilizados pelo Ministério do Trabalho, pelo Sebrae e/ou pelo IBGE. Para esses órgãos as médias empresas são definidas como aquelas com o número de colaboradores variando entre 100 a 499 indivíduos, no setor industrial, e de 50 a 99 no setor de comércio e serviço. Este foi o critério utilizado para as análises das médias empresas de São Paulo no decorrer deste artigo. Tal critério, internacionalmente, faz mais sentido, já que permite uma medida-padrão universalmente aceita: o número de funcionários. Os critérios que se referem a faturamentos e receitas sofrem variações não apenas de unidades monetárias cambiais como também de definição, uma vez que alguns países se utilizam de outros critérios econômicos, tais como: volume de capital empregado pelo Equador, valor do ativo total no Uruguai ou volume de negócios atual utilizado na União Europeia (BRASIL, 2002).

## **2.2 POR UM CRITÉRIO INTERNACIONAL DE DEFINIÇÃO DE MÉDIA EMPRESA**

O critério de número de empregados parece ser o mais apropriado para a comparação internacional entre empresas de médio porte por sofrer menos variação que os critérios econômicos.

Internacionalmente, as definições de média empresa, utilizando-se desses critérios, podem ser analisadas sobre duas dimensões: dos países que definem um número de

funcionários independente da atividade econômica da organização e daqueles que classificam a média empresa de acordo com o ramo de atividade.

A definição de empresa de médio porte, independente do setor econômico, parece prevalecer mundialmente, apesar de sofrer variações na quantidade de colaboradores, conforme pode ser observado na Tabela 4.

Tabela 4 Empresas de médio porte pelo número de funcionários independente do setor econômico.

Organismos/países	Total
União Europeia	50 -
	249
Grupo Banco Mundial	51-300
Equador	100
Uruguai	20-99
Venezuela	51-100
Alemanha	500
Dinamarca	51-250
Espanha	249
Grécia	100
Irlanda	250
Reino Unido	51-250
Suíça	50 -
	249
Irã	50-99
Israel	100
Austrália	200
Malásia	150

Fonte: elaborada a partir dos dados do MDCI (2002).

Observa-se que, com exceção da Alemanha (500) e do Banco Mundial (300), o valor máximo é de 250 e o mínimo, com exceção da Venezuela (20), de 50 funcionários, sendo que os demais valores dos demais países encontram seus valores variando nessa faixa que varia de 50 a 250 funcionários.

Utilizando-se da classificação por área econômica, percebe-se que alguns países dividiram a definição entre Indústria, Comércio e Serviços ou entre Indústria e Comércio/Serviços, conforme pode ser verificado na Tabela 5.

Tabela 5 Definição de média empresa por atividade econômica.

Países	Indústria	Comércio	Serviço
México	101-500	21-100	51-100
Japão	300	50-100	100

Fonte: elaborada a partir dos dados do MDCI (2002).

Nessa classificação, os limites do número de colaboradores podem ser considerados de 100 a 500, na indústria, e de 50 a 100 no caso do Comércio e dos Serviços, com exceção para o México, em que o comércio vai de 21 a 100 colaboradores.

Tabela 6 Definição de Média Empresa: Indústria *versus* Comércio/Serviço.

Organismos/Países	Indústria	Com/Ser
Mercosul	41-200	31-80
Brasil	100-499	50-99
Itália	250	95

Fonte: elaborada a partir dos dados do MDCI (2002).

Quando se agrupa a categoria Comércio junto à de Serviços, observa-se uma faixa média variando de 41 a 250, na indústria, e de 31 a 99, para comércio e serviço, sendo difícil estabelecer uma faixa-padrão.

Se fosse definir um critério internacional, baseando-se nos dados obtidos até então, uma possível sugestão seria a da classificação por número total de colaboradores, independente do setor econômico, já que foi o mais aceito em diferentes países. Nesse sentido, a média empresa seria definida como aquela que contemplasse de 50 a 250 colaboradores. Ressaltando que essa faixa engloba a maioria dos valores nas classificações por setor.

## 2.3 AS MÉDIAS EMPRESAS NO CENÁRIO NACIONAL E NO ESTADO DE SÃO PAULO

Em 2008, existiam 33.597 empresas de médio porte no Brasil (SEBRAE; DIEESE, 2010) sendo que, destas, 35%, isto é, 19.164 médias empresas estavam localizadas no Sudeste, região com maior concentração de médias empresas no país. Do total de empresas dessa região, cerca de 61,35%, ou seja, 11.759 estão localizadas no estado de São Paulo, como pode ser comprovado na Tabela 7.

Tabela 7 Número de médias empresas no Brasil e em São Paulo.

<b>Instituição</b>	<b>Abrangência</b>	<b>Número de médias empresas</b>		
		<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>%</b>
Sebrae/Diesse	Brasil	31.403	33.597	100,00
	Sudeste	17.965	19.164	35,00 <sup>ii</sup>
	São Paulo	11.069	11.759	61,35 <sup>iii</sup>

Fonte: adaptada de Sebrae e Dieese (2010).

É interessante notar que o conceito de empresa de médio porte não é claro, nos órgãos regulatórios como Dieese, por exemplo: no anuário do trabalho na micro e pequena empresa, documento que traz informações sobre o setor de médias empresas, elas foram agrupadas, a partir da edição de 2014, com as empresas de grande porte (SEBRAE; DIEESE, 2014). Assim, passou-se a considerar apenas dois agrupamentos: MPES (micro e pequenas empresas) e MGEs (médias e grandes empresas). Os dados específicos sobre as empresas médias passaram a ser agrupados junto com as de grande porte. Por isso, a última informação que se tem confiável desta base sobre os dados das médias empresas data de 2010.

Ainda de acordo com o relatório de Sebrae e Dieese (2010), se for avaliado o setor econômico no qual a média empresa está inserida, observa-se, em nível nacional, das 33.597 médias empresas, 62,99%, ou seja, 21.164 empresas deste porte, estão no setor de comércio e serviço, 28,75%, no ramo industrial e 8,2% na construção civil. Essa proporção em percentuais permanece quase nos mesmos patamares quando é verificada essa distribuição no estado de São Paulo.

Em São Paulo, das 11.759 empresas de médio porte, 62,13% estão no setor de Comércio e Serviço, 31,85% no ramo industrial e 6,02% na Construção Civil, como pode ser observado na tabela 8. Esses dados revelam a força do setor de Comércio e Serviço na geração de novas empresas de médio porte no Brasil e no estado de São Paulo, conforme pode ser verificado na Tabela 8.

Tabela 8 Número de médias empresas no Brasil e em São Paulo por setor.

Instituição	Abrangênc cia	Número de Médias Empresas por Setor				
		Total	Indústri a	Construç ão	Comérci	Serviço
					Civil	
	Brasil	33.597	9.660	2.773	10.647	10.517
Sebrae/Dieese	Sudeste	19.164	5.389	1.437	6.075	6.263
	São Paulo	11.759	3.745	709	3.598	3.707

Fonte: Sebrae e Dieese (2010).

Com relação à geração de empregos, o relatório de Sebrae e Dieese (2010), intitulado de “Anuário do Trabalho da Micro e Pequena Empresa” revelou que, em 2008, a média empresa gerou cerca de 3.988.142 empregos no Brasil. Deste total, 16% foi gerado pelo estado de São Paulo, sendo a região brasileira em que houve maior geração de empregos pela média empresa.

Do total de empregos gerados a nível nacional, o relatório revelou que 18,9% foi originado pelo setor de Comércio e Serviço, 26% pelo setor Industrial e 28,4% na Construção Civil.

Todos esses indicadores demonstram a força da média empresa na economia do estado de São Paulo, sendo importante investigar como essas organizações se mantêm no mercado e quais as suas perspectivas de crescimento.

### 2.3.1 Potencial de crescimento das médias empresas no Brasil e em São Paulo

Para análise das taxas de sobrevivências e do potencial de crescimento das médias organizações, foram empreendidas buscas nos principais órgãos brasileiros que lidam

diretamente com elas. Na empreitada três pesquisas se destacaram: “Demografia das Empresas em 2008” (IBGE, 2010); “Doze Anos de Monitoramento da Sobrevida e Mortalidade de Empresas” (SEBRAE/SP, 2010) e “Perspectivas das PMEs na América Latina” (NIELSEN, 2010), cujas informações estão descritas a seguir.

### **2.3.2 Sobrevida das médias empresas**

Uma pesquisa realizada pelo IBGE (2010) revelou que o Brasil possuía, em 2008, cerca de 4,1 milhões das empresas distribuídas em 4,4 milhões de unidades locais. Desses, 51,7% estavam localizadas no Sudeste, 22,4% no Sul, 15,0% no Nordeste, 7,5% no Centro-Oeste e 3,4% no Norte. Esses dados revelam a predominância e importância da região Sudeste no cenário econômico nacional.

Do total de 4,4 milhões de unidades locais, segundo a pesquisa, cerca de 3,4 milhões de empresas eram sobreviventes em relação ao ano de 2007, isto é, 78,1% das empresas que iniciaram suas atividades nesse ano estavam ativas em 2008.

O estado de São Paulo teve uma taxa de sobrevida equivalente a 78,7% em 2008, apresentando um crescimento de 7,7% em relação à pesquisa realizada em 2004 (SEBRAE-SP, 2010). Os dados indicam que, das 1.391.143 empresas ativas em 2007 no estado, aproximadamente 1.095.005 unidades estavam em pleno funcionamento no ano de 2008, segundo a pesquisa do IBGE (2010).

Além do aumento da taxa de sobrevida para o primeiro ano de atividade, constatou-se, também, aumento da mesma, quando analisados os primeiros três e cinco anos de atuação das empresas paulistas. O estudo pioneiro de 1998 indicava que 56% das empresas paulistas não sobreviveriam ao terceiro ano. Em 2010, esse índice baixou para 46%. No indicador para os cinco primeiros anos de atividade das empresas, a taxa de mortalidade indicava que 71% das empresas fechavam suas portas antes de completar os cinco anos. Em 2010, o índice caiu para 58%, conforme pode ser demonstrado no Gráfico 1.

Os principais fatores que contribuíram para a melhoria da taxa de sobrevida foram, de acordo com o Sebrae (2010), um melhor planejamento antes da abertura do empreendimento e estabilidade e crescimento da economia nacional. Infelizmente, as pesquisas não apontaram a taxa de sobrevida por porte da empresa, não sendo

possível retratar essa dimensão para os médios empresários, entretanto, aponta para uma melhora desse indicador de forma geral.

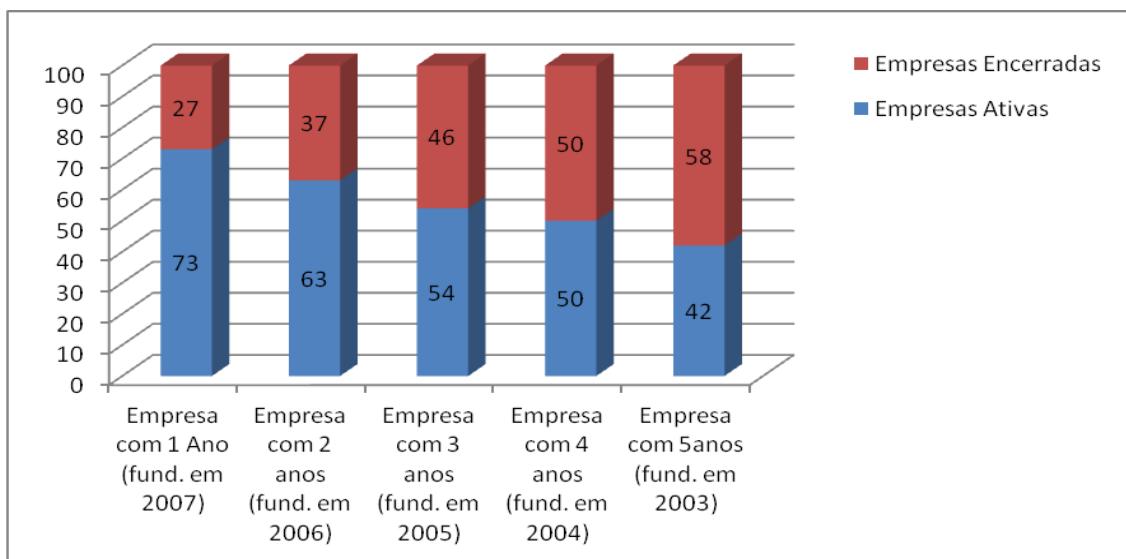


Gráfico 1 Evolução da % de empresas ativas e encerradas entre 2003 e 2007 em São Paulo.

Fonte: Sebrae/SP (2010).

Entretanto, apesar da taxa de sobrevivência de uma empresa vir aumentando ao longo do tempo isso não é garantia de que essa mesma empresa esteja crescendo economicamente. Faz-se, assim, analisar qual o cenário de crescimento das médias empresas no Brasil e em São Paulo.

### 2.3.3 Empresas de alto crescimento no cenário nacional

Para a análise do crescimento, torna-se necessário definir sobre qual critério foi utilizado como medida dessa variável. Neste estudo, consideram-se empresas de alto crescimento, aquelas que

[...] apresentam crescimento médio do pessoal ocupado assalariado maior que 20% ao ano, por um período de três anos, e têm pelo menos 10 pessoas assalariadas no ano inicial de observação. As empresas de alto crescimento com até cinco anos de idade no ano inicial são denominadas “gazelas” [...].

Ressalta-se que podem ser definidas, ainda, empresas de médio crescimento como aquelas que apresentaram crescimento de pessoal assalariado maior que 5% e até 20,0% ao ano e as empresas de baixo crescimento aquelas com crescimento maior que 1º até 5% ao ano.

Os indicadores das empresas de alto crescimento são calculados com base no total de empresas com 10 ou mais pessoas assalariadas no ano de referência. Isto evita distorções nas taxas de crescimento, pois nas empresas com até 9 pessoas pequenas variações absolutas no pessoal assalariado podem ocasionar grandes variações em termos relativos (IBGE, 2010, p. 33).

Em 2008, havia 371.610 empresas com 10 ou mais pessoas assalariadas no Brasil. Destas, 8,3%, o que corresponde a 30.954 empresas, eram de alto crescimento, 18,8%, 69.902, de médio crescimento e 8,6%, ou seja, 31.876 empresas de baixo crescimento. Apesar da participação das empresas de alto crescimento ter ficado bem abaixo do somatório das participações relativas das empresas de médio e baixo crescimento, este é o padrão observado internacionalmente e, no caso brasileiro, a participação de 8,3% pode ser considerada elevada para os padrões internacionais (IBGE, 2010).

Para a análise do potencial de crescimento, segundo o porte, nessa seção foi utilizada a seguinte classificação: microempresas, empresas com 10 a 49 pessoas foram consideradas pequenas, com 50 a 249 pessoas, médias, e, com 250 ou mais pessoas, empresas grandes (IBGE, 2010).

A pesquisa revelou que as pequenas empresas apresentaram as maiores participações em número de empresas, contudo foram as médias e as grandes empresas que obtiveram as maiores participações no pessoal assalariado. O Gráfico 2 demonstra que cerca de 51,6% das empresas de alto crescimento e 55,2% das empresas “gazelas” eram pequenas, 39,0% e 38,4% eram “médias” e 9,3% e 6,4% eram grandes, respectivamente.

A região Sudeste concentrava pouco mais da metade das unidades locais das empresas com pessoal ocupado assalariado, 50,6%, seguida da região Sul com 22,2%, Nordeste com 15,4%, Centro-Oeste com 8,0% e Norte com 3,8%. Já as unidades locais das empresas de alto crescimento estão ainda mais fortemente concentradas na região Sudeste, 53,6%, enquanto nas regiões Sul, Nordeste e Centro-Oeste as participações são

relativamente menores que as apresentadas nas unidades locais das empresas com pessoal assalariado, 19,6%, 14,8% e 7,4%, respectivamente.

As três Unidades da Federação com as maiores participações nas unidades locais das empresas de alto crescimento estavam na região Sudeste: São Paulo, com mais de  $\frac{1}{3}$  das unidades locais das empresas de alto crescimento, isto é, 33,8%, Minas Gerais com 9,7% e Rio de Janeiro, na terceira colocação com 7,9%.

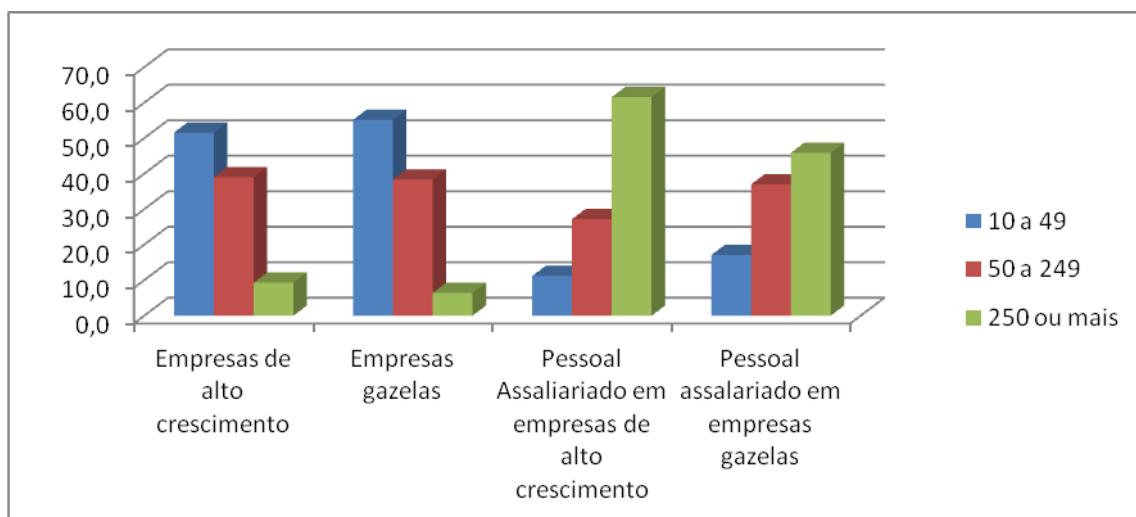


Gráfico 2 Distribuição percentual das empresas de alto crescimento, das empresas gazelas e do pessoal assalariado, por faixas de pessoal ocupado assalariado no Brasil – 2008.

Fonte: IBGE (2010, p. 34).

Todos os dados apresentados até agora demonstram que é o estado de São Paulo o que possui o maior número de médias empresas e o estado que detém a maior parcela de empresas de alto crescimento.

Com relação aos principais obstáculos ao crescimento uma pesquisa demonstrou que as altas cargas tributárias e a dificuldade de atração e retenção de mão de obra qualificada são os maiores desafios a serem enfrentados por essas empresas (DELOITTE; EXAME PME, 2008), conforme demonstrado no

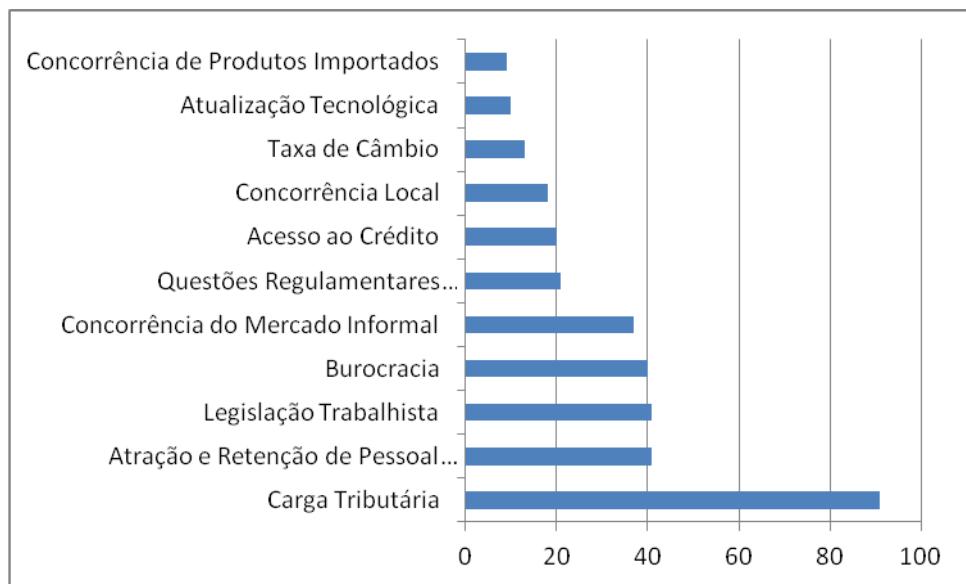


Gráfico 3 Estrato das 100 empresas que mais cresceram em 2005 e 2007 – Obstáculos – respostas múltiplas (%).

Fonte: Deloitte e Exame PME (2008, p. 17).

Essa mesma pesquisa apontou que os três principais fatores que mais contribuirão para esse crescimento nos próximos três anos são o investimento em governança corporativa (47%), em Recursos Humanos (47%) e na expansão geográfica (46%), como pode ser visualizado na Tabela 9.

Tabela 9 Determinantes para o crescimento das cem PMEs que mais cresceram em 2005 e 2007 – múltiplas respostas (%).

Fatores	Últimos três anos	Próximos três anos
Acesso ao crédito e ao mercado de capitais	28	41
Tecnologia	44	43
Governança Corporativa	15	47
Produtos	40	37
Distribuição	22	22
Diversificação de Setores	17	29
Expansão Geográfica	28	46

Fusão e Aquisição	5	27
Pesquisa e Desenvolvimento	27	36
Recursos Humanos	41	47
Marketing	24	38
Capacidade de Produção	30	37

Fonte: Deloitte e Exame PME (2008, p. 18).

Outra pesquisa afirma que os principais desafios reais dos médios empresários, nos próximos anos, serão de ampliar seu negócio, expandir sua operação, aumentar as vendas, estender a base de clientes, adquirir inventário e comprar equipamentos e maquinário. Oito em cada dez médios empresários esperam crescer moderada ou significativamente nos próximos anos (NIELSON, 2010).

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo revelou a importância de maiores pesquisas nas médias organizações. Geralmente, os atuais trabalhos abordam esse tipo de organização sempre em conjunto ou com a pequena empresa ou com a grande empresa, demonstrando a necessidade de estudos focados apenas em organizações de médio porte.

Foi ressaltada a importância de se buscar uma definição-padrão sobre a conceituação de média empresa, possibilitando estudos comparativos. As definições encontradas baseiam-se em dois critérios principais: faturamento bruto anual e número de empregados, sendo que o primeiro é o mais utilizado nos relatórios e nas leis governamentais, enquanto, nas pesquisas práticas elaboradas pelos órgãos comerciais e bancários, prevalece o segundo critério.

Nacionalmente a maioria das pesquisas disponíveis se baseia no critério de número de funcionários, principalmente utilizados pelo Ministério do Trabalho, pelo Sebrae e/ou pelo IBGE e que definem as médias empresas como aquelas com o número de colaboradores variando entre 100 a 499 indivíduos no setor industrial e de 50 a 99 no setor de comércio e serviço.

Esse critério, por número de funcionários, demonstrou ter maior aceitação, também, nas classificações internacionais, sugerindo a possibilidade de uma definição internacional de empresa de médio porte, contudo sendo independente do setor econômico, como ocorre no caso brasileiro. A classificação internacional de maior correspondência nos diversos países pesquisados seria aquela que definiria a empresa de médio porte as que contemplassem de 50 a 250 colaboradores.

Demonstra, também, que do total de médias empresas brasileiras, apenas 8,3% são de alto crescimento, sendo que mais da metade destas estão na região Sudeste, sugerindo a necessidade de investimentos governamentais na estimulação para que as micro e pequenas empresas nas demais regiões do Brasil e que representam mais de 91% das empresas brasileiras possam crescer e alcançar os patamares de faturamento das médias e grandes organizações.

Os três principais fatores que contribuirão para esse crescimento, na opinião dos médios empresários, serão o investimento em governança corporativa, recursos humanos e na expansão geográfica do volume de negociações nacionais.

Já em relação aos obstáculos continuam sendo a elevada carga tributária e a escassez de mão de obra qualificada, revelando a importância de uma revisão da carga tributária nacional sobre as empresas, sendo considerada uma das mais altas mundialmente e no investimento na formação de mão de obra, principalmente face à incremento da economia nacional e a necessidade de expansão dos novos negócios.

Outro achado importante é que os setores de comércio e serviço são os que detêm uma maior parcela de empresas de médio porte, seguido pela indústria. Apontando a necessidade de investimentos no setor industrial brasileiro, bem como indica oportunidades de futuras pesquisas nos setores de comércio e serviço, uma vez que a maioria dos estudos brasileiros se concentram no ramo industrial.

Aponta, ainda, para uma melhoria na taxa de sobrevivência das empresas face à melhoria dos processos de gestão e, também, para a importância dessas organizações na geração de empregos, quebrando o paradigma brasileiro de que são as pequenas empresas as maiores geradoras de oportunidades.

Este estudo tem como limitação a difícil comparação de relatórios, face à multiplicidade de critérios diferentes para a definição de média empresa; entretanto, permite a reflexão sobre a necessidade de se estabelecer um critério-padrão que seja utilizado tanto pela sociedade quanto pela academia.

## REFERÊNCIAS

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO – BNDES. **Porte de Empresa.**

Disponível em:

<[http://www.bnDES.gov.br/SiteBNDES/bnDES/bnDES\\_pt/Institucional/O\\_BNDES/A\\_Empresa](http://www.bnDES.gov.br/SiteBNDES/bnDES/bnDES_pt/Institucional/O_BNDES/A_Empresa)>. Acesso em: 26 jan. 2012.

BRASIL. Decreto n. 3.474 de 19 de maio de 2000. Regulamenta a Lei n. 9.841, de 5 de outubro de 1999, que institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, e dá outras providências. **Diário Oficial** [da República Federativa do Brasil], Brasília, 22 de maio de 2000, p. 1. Revogada pela Lei Complementar n. 123, de 2006.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Secretaria do Desenvolvimento da produção. Departamento de micro, pequenas e médias empresas.

**Micro, pequenas e médias empresas:** Definições e Estatísticas Internacionais. 5 dez. 2002. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/documentos-e-pesquisa/fiquePorDentro/temas/temas-anteriores-desativados-sem-texto-da-consultoria/propagandaeleitoral/pdf/defineMPE.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2012.

COGHLAN, D.; COUGHLAN, P.; BRENNAN, L. Organizing for Research and Action: Implementing Action Researcher Networks. **Systemic Practice and Action Research**, v. 17, n. 1, p. 37-50, 2004.

COOPER, H. M. **The integrative research review**. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1984.

DELOITTE; EXAME PME. **As pequenas e médias empresas que mais crescem no Brasil**. 2008. Disponível em: <[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/conteudos/pmes/PMEs\\_2008.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/conteudos/pmes/PMEs_2008.pdf)>. Acesso em: 16 nov. 2017.

DEVELLIS, R. F. **Scale development: theory and applications**. 1. ed. London: Sage Publications, 2003.

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

GLANZEL, W. The need for standards in bibliometric research and technology. **Scientometrics**, v. 35, n. 2, p. 167-176, 1996.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **As micros e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil: 2001**. IBGE, 2003.

\_\_\_\_\_. **Demografia das Empresas: 2008**. IBGE, 2010.

JACYNTHO, P. H. A. As relações de trabalho nas pequenas e médias empresas dentro da reforma trabalhista. **Síntese Trabalhista**, v. 131, p. 23, 2002.

LIMA, E. As definições de micro, pequena e média empresas brasileiras como Base para Formulação de Políticas Públicas. **Anais do II EGEPE**, v. 2001, p. 421-436, 2001.

MERCOSUL. **Resolução n. 59 de 1998 do Grupo Mercado Comum**. 1998. Disponível em: < goo.gl/siVLnS >. Acesso em: 16 nov. 2017.

NIELSEN, C. Perspectivas das PMEs na América Latina. Estudo apresentado por Visa e **The Nielsen Company**. Nielsen- Visa, p. 1-10. 2010.

PALMON, D.; SUDIT, E. F.; YEZEKEL, A. The Accruals Anomaly and Company Size. **Financial Analysts Journal**, v. 64, n. 5, p. 47-61, 2008.

RESNIK, P. **A Bíblia da pequena empresa**: como iniciar com segurança sua pequena empresa e ser muito bem-sucedido. São Paulo: McGraw Hill, 1990.

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

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE/SP. **Doze anos de Monitoramento da Sobrevida e Mortalidade de Empresas**. SEBRAE/SP, p. 1-51, 2010.

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

SEBRAE; DIEESE. Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa: 2009. **SEBRAE;DIEESE**, 2014.

SLAVIN, R. E. **Educational research in the age of accountability**. New York: Pearson, 2007.

TONN, R. Small Business Administration proposes size changes to small-business definition. **Colorado Springs Business Journal**, v. 1, n. 2, 2011.

VOLKER, J. X.; PHILLIPS, M. D.; ANDERSON, S. J. Small business: a definition based on capital market requirements. **Journal of Business and Entrepreneurship**, v. 13, n. 1, p. 67-77, 2001.

WEDDINGTON, R. Leadership view varies with company size: poll. **Supermarket News**, v. 12, n. 1, p. 12-27, 2001.

WEISS, D.; NAIK, P.; WEISS, R. The “big pharma” dilemma: develop new drugs or promote existing ones? **Nature Reviews Drug Discovery**, v. 8, n. 7, p. 533-534, 2009.

---

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

<sup>ii</sup> Percentual de empresas na região Sudeste em relação ao total de médias empresas no Brasil.

<sup>iii</sup> Percentual de empresas no estado de São Paulo em relação ao total de empresas da região Sudeste.