

Deloitte.

EXAME PME



As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil

Uma pesquisa sobre visões e práticas que aceleram o ritmo de expansão dos negócios

2007



A energia que impulsiona o crescimento

A complexa paisagem da economia e do ambiente de negócios já não deixa mais espaço para amadores e aventureiros. A competência para disputar o moderno mercado globalizado se tornou um atributo exclusivo de empreendedores que pensam grande e que também são capazes de elevar seus sonhos de crescimento ao nível de suas capacidades concretas.

A consolidação dos setores econômicos, a competição intensa e a sofisticação dos modelos de gestão são alguns dos fatores que hoje levam organizações de todos os portes a compor planos de negócios com base em seu potencial efetivo de expansão. Na atual conjuntura, manter-se pequeno pode representar um sério risco à sobrevivência. Por isso, é preciso crescer, avançar continuamente e ganhar a altitude necessária para escapar dos fortes ventos que trazem instabilidade.

Esse contexto ajuda a explicar os esforços de pequenas e médias empresas (PMEs) de todo o Brasil na busca de mecanismos, práticas e soluções que acelerem o seu passo na conquista dos mercados. Ainda limitadas no tamanho, muitas dessas corporações têm conseguido se projetar como gigantes na capacidade de entender, processar e superar os desafios da competitividade e do crescimento. Essas empresas têm empregado boa parte de sua energia para construir alicerces sólidos, que sustentem altas taxas de expansão no médio e longo prazos.

Para entender a dinâmica que rege a lógica do crescimento das PMEs do Brasil, a Deloitte e a revista Exame PME renovaram sua parceria para a elaboração da segunda edição da pesquisa “**As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil**”. O objetivo dessa iniciativa é identificar as PMEs brasileiras que registram os níveis mais elevados de crescimento, além de apontar a visão de seus líderes a respeito de fatores que se mostram essenciais para uma estratégia sustentável de expansão.

A partir de respostas coletadas junto ao empresariado e da análise dessas informações de campo sob o ângulo da economia e do ambiente de negócios, esta pesquisa aborda uma série de fatores críticos ao crescimento das PMEs: inovação, competitividade, posicionamento de mercado, decisões de investimento, meios de capitalização, modelos de gestão, estratégias de negócios, níveis de rentabilidade e entraves e determinantes do crescimento. São aspectos que, em seu conjunto, revelam planos, estratégias e perspectivas de empresas que hoje sedimentam o caminho para se transformarem nas grandes organizações do amanhã.

Índice

A grandeza das PMEs.....	4
Metodologia do estudo.....	5
Amostra da pesquisa.....	6
A inovação como determinante do crescimento.....	8
A capitalização como desafio constante.....	16
Os novos modelos para crescer.....	20
Os entraves estruturais.....	23
Resultados efetivos – As 100 PMEs que mais crescem no Brasil.....	30

A grandeza das PMEs

Estatísticas que indicam a importância das pequenas e médias empresas para o Brasil

As organizações de pequeno e médio portes, que representam o universo-alvo da pesquisa “As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil”, assumem hoje um papel essencial para o desenvolvimento da economia e do ambiente de negócios no País.

Indústria e serviços

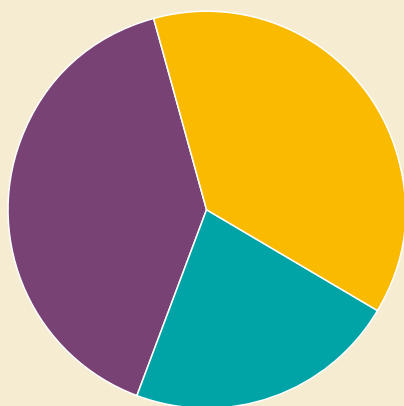
● As pequenas e médias empresas (PMEs) são responsáveis por 60% do total de empregos gerados pelo setor industrial no País.*

● As PMEs já respondem por 30% de toda a riqueza gerada pela indústria no Brasil.*

● O segmento de serviços prestados às famílias, como alimentação, atividades recreativas e culturais, serviços pessoais, atividades de ensino e alojamento – no qual as PMEs apresentam participação majoritária – já contribui com 22% do total de pessoas ocupadas no setor de serviços não-financeiros no Brasil, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).*

Mão-de-obra na indústria nacional*

(% de participação no total, por porte de empresa)



Pequenas.....	38
Médias	22
Grandes	40

Comércio exterior

● 74% do total das exportadoras do País são micro, pequenas e médias empresas, conforme dados de 2006 da Secretaria de Comércio Exterior (Secex).

Inovação

● 35% das patentes de propriedade intelectual registradas no País – que reúnem as invenções que atendem aos critérios de novidade, inventividade e aplicabilidade industrial – provêm de PMEs, segundo o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (Inpi).

● O número de incubadoras em operação no Brasil, que representam importantes celeiros de inovação para pequenas empresas, cresceu 166% ao longo da década, segundo a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec).

* Fontes: “Pesquisa Industrial Anual” e “Pesquisa Anual de Serviços” (IBGE); dados referentes a 2005; a classificação por porte de empresa é baseada no número de pessoas ocupadas: pequena (de 5 a 99), média (de 100 a 499) e grandes (mais de 500)

Metodologia do estudo

O universo definido para a realização da pesquisa “**As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil**” abrange organizações que operam desde, pelo menos, o ano de 2004 e que apresentaram, em suas demonstrações financeiras referentes ao final de 2006, uma receita líquida compreendida entre R\$ 5 milhões e R\$ 150 milhões. Foi vetada na pesquisa a participação de organizações com os seguintes perfis: instituições financeiras, subsidiárias de grupos empresariais com faturamento igual ou superior a R\$ 1 bilhão em 2006, empresas que compõem conglomerados com mais de 30% do capital controlado por estrangeiros, entidades sem fins lucrativos, cooperativas e também concorrentes diretos da Deloitte e da Editora Abril, as corporações responsáveis pelo estudo.

Para compor esse universo da pesquisa, foram encaminhados convites para mais de 10 mil empresas, nas formas eletrônica e impressa. Todas elas receberam também questionários contendo as perguntas selecionadas para o levantamento de informações. Desse grupo de organizações, quase 8 mil empresas estavam registradas em *mailing* próprio da Deloitte e cerca de 2 mil foram convidadas diretamente pela revista Exame PME a partir do encaminhamento de mensagem eletrônica.

No universo do estudo, foram incluídas também todas as empresas que manifestaram interesse em participar dele, à medida que tomavam ciência de sua realização a partir da veiculação de anúncios publicitários e de notas editoriais em publicações da Editora Abril e nos *websites* da revista Exame PME, da Deloitte e de outros veículos de

comunicação. Adicionalmente, a Deloitte selecionou outras empresas a partir de seus bancos de dados, que abrangem demonstrações financeiras publicadas nos principais jornais do País.

Os questionários encaminhados às mais de 10 mil empresas convidadas incluíram perguntas relacionadas às seguintes áreas: entraves e determinantes do crescimento, recursos financeiros e decisões de investimento, estratégias e modelos de negócios, fusões e aquisições, tecnologia, inovação e conquista de novos mercados. O regulamento da pesquisa foi disponibilizado ao longo de todo o período de coleta de respostas no *website* da Deloitte.

No total, 490 empresas responderam aos questionários encaminhados, das quais 349 comprovaram efetivamente a evolução de sua receita líquida ao longo dos três anos abrangidos pelo estudo (2004, 2005 e 2006) por meio do encaminhamento de suas demonstrações financeiras anuais. Deste grupo, 274 organizações atenderam totalmente aos critérios definidos pelo regulamento da pesquisa e passaram a compor a amostra total do estudo.

A partir da comparação e análise das demonstrações financeiras encaminhadas pelas 274 empresas da amostra total, foi possível identificar as 100 empresas de pequeno e médio portes que mais cresceram no Brasil nos três anos anteriores à realização do estudo, com base na variação de receita líquida verificada no período de 2004 a 2006.

Análise das respostas

As respostas assinaladas pelas empresas da amostra total da pesquisa com base

nos questionários encaminhados foram analisadas a partir de uma série de estratos de organizações participantes:

- A amostra total (274 empresas);
- O *ranking* das organizações que mais cresceram entre 2004 e 2006 (100 empresas);
- O conjunto de empresas que compõem a amostra total e que não se classificaram para o *ranking* das 100 que mais cresceram;
- A amostra total, subdividida por porte de empresa, com base em sua receita líquida no ano de 2006 (de R\$ 5 milhões a R\$ 20 milhões; de R\$ 20 milhões a R\$ 40 milhões; de R\$ 40 milhões a R\$ 80 milhões, de R\$ 80 milhões a R\$ 150 milhões);
- A amostra total, subdividida por faixa de crescimento acumulado, com base na evolução da receita líquida de 2004 a 2006 (crescimento até 50%, de 50% a 100% e de mais de 100%).

Essa estratificação visou à comparação entre os resultados de cada grupo específico de empresas participantes, a fim de proporcionar uma avaliação mais apropriada das informações coletadas.

As informações referentes a cada um desses estratos foram analisadas ao longo deste relatório quando as suas respostas evidenciam uma diferença relevante em relação aos demais grupos de empresas analisados ou à amostra total da pesquisa.

O conjunto das respostas das empresas que participaram da pesquisa foi então avaliado a partir do levantamento, da consolidação e da análise de informações complementares de mercado, obtidas através de fontes diversas, como institutos de pesquisa, órgãos governamentais e entidades empresariais.

Dessa forma, as visões, práticas e tendências evidenciadas pelas respostas dos empresários que responderam aos questionários foram avaliadas a partir do ângulo dos fatores econômicos e de negócios que incidem direta ou indiretamente sobre as operações das empresas participantes da pesquisa e do mercado em geral.



Amostra da pesquisa

As informações que qualificam as organizações que compõem a amostra da pesquisa “**As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil**” confirmam, à primeira vista, algumas das percepções que, ao longo das décadas, se cristalizaram em uma espécie de senso comum sobre o perfil das PMEs do País. Entre essas características, está o fato de serem predominantemente familiares, de sociedade limitada e sediadas nas proximidades dos grandes centros econômicos.

No entanto, a amostra desta pesquisa revela características que, embora não causem necessariamente surpresa, sinalizam o grau de complexidade e modernização que as PMEs brasileiras estão adquirindo em seu modo de atuação. A longevidade, por exemplo, caracteriza boa parcela da amostra, com metade das empresas marcando presença no mercado há mais de 25 anos. Quase a totalidade das participantes tem mais de cinco anos de atividade. A média da receita líquida dessas empresas evolui anualmente de forma quase constante, denotando a sustentabilidade das suas taxas de crescimento.

Quase metade da amostra já dispõe dos serviços de uma auditoria independente. No âmbito demográfico, as mulheres ocupam espaço crescente nas PMEs, já representando 32% do conjunto de funcionários das empresas da amostra total.

Distribuição geográfica: 63% das empresas mantêm sua sede nos Estados da Região Sudeste, refletindo a concentração econômica do País.

Estados onde mantém sede	% de empresas em relação à amostra total
São Paulo	42
Minas Gerais	11
Rio Grande do Sul	9
Rio de Janeiro	8
Paraná	7
Santa Catarina	5
Bahia	4
Goiás	4
Pernambuco	2
Distrito Federal	2
Espírito Santo	2
Ceará	2
Alagoas	0,5
Paraíba	0,5
Maranhão	0,5
Piauí	0,5

Segmentos de atuação: a amostra da pesquisa é representativa dos mais importantes segmentos da economia nacional, com destaque para setores cuja natureza está ligada à necessidade de avançar continuamente em suas estratégias de inovação (indústria digital, eletroeletrônicos, bens de capital, telecomunicações e farmacêuticos) e a um movimento intenso de crescimento nos últimos anos (indústria da construção e auto-indústria).

Faturamento: o valor médio de receita líquida das PMEs que participam da pesquisa indica uma evolução relativamente uniforme ao longo dos três anos analisados; o nível de expansão de 2007 deve repetir o dos anos anteriores (em torno de 15%), o que evidencia um patamar de crescimento muito acima daquele verificado na evolução do Produto Interno Bruto (PIB) do País.

Ano	Receita líquida
2004	R\$ 33,8 milhões
2005	R\$ 38,4 milhões
2006	R\$ 44,6 milhões
2007	R\$ 56,3 milhões*

* Estimativa

Os setores que lideram o crescimento

Mais da metade do estrato das 100 empresas que mais cresceram no período 2004-2006 é composta por organizações que atuam nos setores de indústria digital, indústria da construção e serviços. A alta representatividade desses segmentos na amostra das PMEs que lideram o crescimento reflete a própria dinâmica do mercado nacional nos últimos anos, que indica uma expansão considerável das atividades relacionadas à tecnologia digital e ao mercado de construção civil. Este último, por exemplo, passou por um crescimento de 4,9% em 2006, conforme dados do Banco Central do Brasil (Bacen), que projeta uma aceleração ainda mais acentuada para esse setor em 2007.

Setor de atuação	% do estrato das 100 PMEs de maior crescimento
Indústria digital	23
Indústria da construção	17
Serviços	13
Bens de consumo	7
Transportes	7
Eletroeletrônicos	6
Bens de capital	5
Atacado	3
Telecomunicações	3
Químico e petroquímico	2
Siderurgia e metalurgia	2
Comunicação	2
Energia	1
Produção agropecuária	1
Auto-indústria	1
Têxtil	1
Farmacêutico	1
Varejo	1
Diversos	4

Funcionários: o número total de contratados das empresas cresceu 32% ao longo dos três últimos anos.

Ano	Número de funcionários
2004	95,2 mil
2005	108,3 mil
2006	125,0 mil
2007	173,6 mil*

* Estimativa

Demonstrações financeiras: 48% das empresas contam com auditoria independente.

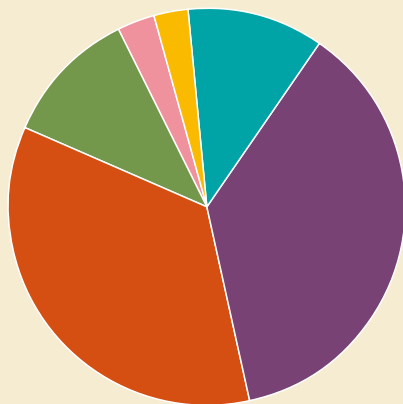
Tipo de sociedade: 64% das empresas da amostra total são sociedades limitadas; 33% são sociedades anônimas de capital fechado; e apenas 3% são de capital aberto.

Tipo de controle: as empresas familiares predominam (80%); apenas 14% têm o controle de seu capital pulverizado; 5% são subsidiárias de grupos empresariais; e 1% representa investidores institucionais.

Origem de capital: 98% das empresas participantes da pesquisa são de origem brasileira.

Tempo de atuação: as novatas são minoria entre as empresas da amostra (somente 3% delas contam com até cinco anos de atuação).

Longevidade das empresas



Menos de 5 anos.....	3
De 5 a 9 anos.....	10
De 10 a 24 anos.....	38
De 25 a 49 anos.....	35
De 50 a 74 anos.....	11
A partir de 75 anos.....	3

(% de empresas em relação à amostra total)



A inovação como determinante

Compreendida como o processo de lançamento ou de adoção de novos produtos, serviços, técnicas e modelos de atuação que propiciam vantagens competitivas às empresas, a inovação caminha firmemente para se consolidar como um dos elementos principais na geração de valor para os clientes e demais públicos de interesse das corporações.

Inovar já está longe de se constituir em uma ação restrita às corporações de grande porte, que contam com alta capacidade de investimento em processos de pesquisa e desenvolvimento (P&D). Também já não é atributo exclusivo de empresas inseridas em setores com vocação natural para as descobertas de grande impacto, como os segmentos de biotecnologia. A inovação já entrou definitivamente para a realidade das pequenas e médias (PMEs), independentemente de seu setor.

A preocupação com a inovação é justamente um dos principais destaques da edição 2007 da pesquisa **“As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil”**, como se pode observar a partir das respostas que indicam a visão dos líderes empresariais a respeito do tema e as práticas adotadas pelas organizações de crescimento mais acelerado.

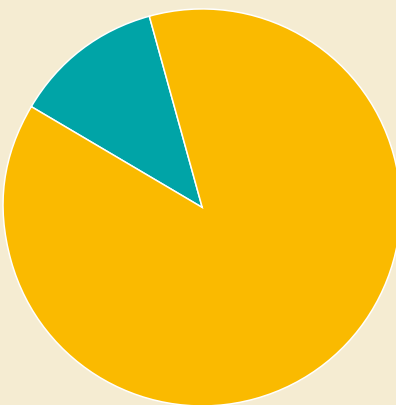
A ênfase das empresas que compõem a amostra total da pesquisa e, em particular, daquelas que se classificaram para o grupo das 100 de maior crescimento, reflete, de certa forma, a própria natureza de boa parte dos setores representados no estudo.

É significativa na amostra a presença de organizações que atuam em mercados que dependem de uma contínua estratégia ligada à inovação, caso dos setores de indústria digital, eletroeletrônicos, bens de capital, telecomunicações e farmacêuticos, os quais representam 38% do total de empresas participantes do estudo e 46% do grupo das 100 que mais cresceram no período de 2004 a 2006.

A pesquisa demonstra que a inovação é entendida hoje como um atributo essencial, com o qual as PMEs buscam ser identificadas no mercado. A maior parte das empresas participantes tem a percepção de que é inovadora, tanto na amostra total (83%) como no grupo das que mais crescem (88%).

Sua empresa é inovadora?

A grande maioria das PMEs pesquisadas tem a percepção de que é inovadora



■ Sim 88
■ Não 12

Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006 (%)

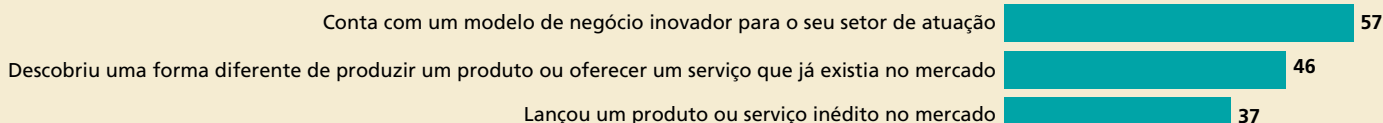
Uma informação que parece reveladora do estágio de maturidade que as PMEs vêm alcançando no tratamento desse tema diz respeito aos motivos pelos quais elas se consideram inovadoras. Ao contrário do que se poderia supor, as PMEs associam o atributo “inovação”, com o qual se identificam, menos com a elaboração diferenciada de produtos e serviços do que com o fato de contar com um modelo de negócio inovador para o seu setor de atuação. Dessa forma, essas organizações demonstram compreender o conceito de “inovação” a partir de uma perspectiva mais ampla, relacionada sobretudo ao modo como conduzem os seus negócios.

Mais importante ainda é a associação revelada pela pesquisa, a partir das respostas dos empresários, entre os verbos “innovar” e “crescer”. A maior parte dos executivos das PMEs considera a inovação um determinante para o alcance dos níveis de expansão de seus negócios. No grupo das empresas do *ranking* das que mais crescem, o índice de respostas positivas para essa questão é ligeiramente maior (88%) do que na amostra total (86%).

Quando perguntadas sobre o que realmente fazem para se tornarem inovadoras, as PMEs revelam adotar iniciativas que envolvem os mais diversos aspectos, com ênfase para tecnologia, disseminação de uma cultura aberta à inovação, estabelecimento de parcerias com fornecedores, capacitação de profissionais, avaliação de produtos e serviços e investimentos em P&D.

Sua empresa é inovadora porque...

Motivos pelos quais as PMEs julgam terem alcançado o estágio de inovação

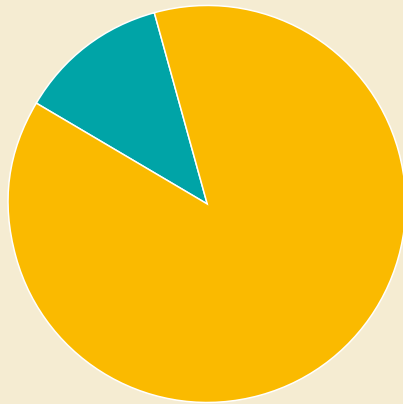


Estrato das 100 empresas que se consideram inovadoras no grupo das que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

do crescimento

Inovar e crescer (I)

Quase 90% das empresas que mais cresceram responderam que a inovação interferiu nas suas próprias taxas de expansão



Sim 88
 Não 12

Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006 (%)

A comparação entre as respostas da amostra total e aquelas que compõem o *ranking* das empresas que mais cresceram evidencia um maior percentual de organizações deste último grupo assinalando a adoção de ações relacionadas à inovação. Exemplos: investimentos em tecnologia (67% contra 57%); desenvolvimento de parcerias para a criação de novos produtos ou serviços (55% contra 48%); apoio de área de pesquisa e desenvolvimento (44% contra 38%).

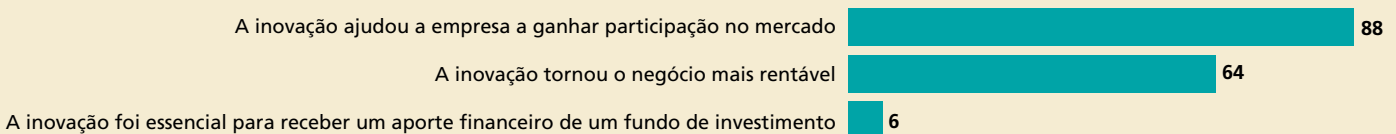
No estrato de PMEs que atribuem à inovação um papel importante em sua expansão, quase 90%, tanto na amostra total quanto no grupo das que mais crescem, indicam que ela também ajudou concretamente nas suas estratégias de ampliar a participação nos mercados de atuação. Além disso, cerca de dois terços dos executivos

entrevistados apontam que a inovação foi capaz de tornar o seu negócio mais rentável.

O percentual de organizações que admitem ter recebido aportes de fundos de investimento em decorrência de alguma inovação empregada não chega a ser expressivo (6% na amostra total e no grupo das que mais crescem), mas já sinaliza um efeito positivo concreto da crescente preocupação em inovar, favorecendo o enfrentamento de um dos grandes desafios da atualidade para as PMEs: a obtenção de mecanismos de capitalização (*leia mais a respeito nas páginas 15 a 18*).

Inovar e crescer (II)

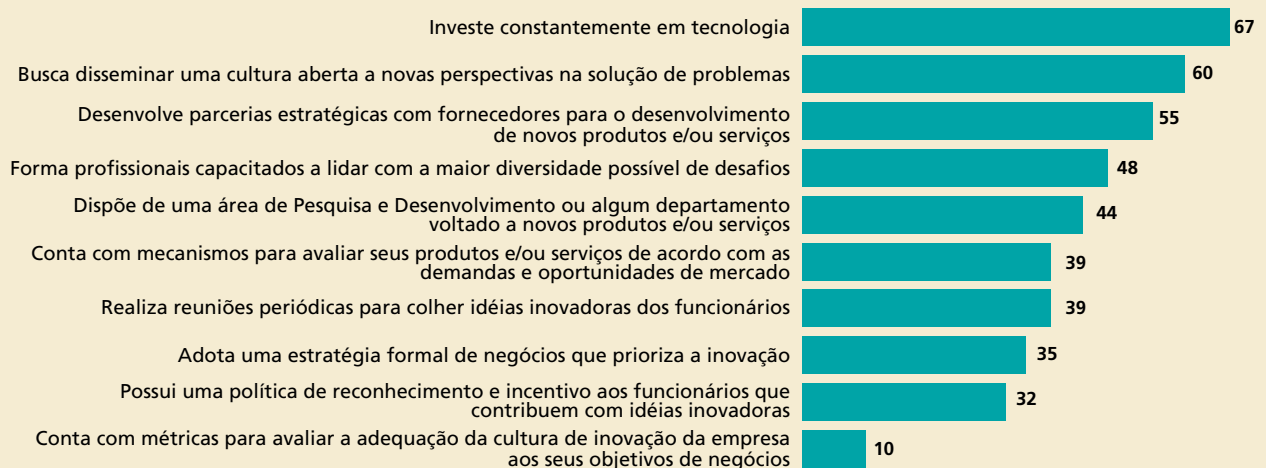
De que forma a inovação interferiu na expansão das empresas de maior crescimento



Estrato das empresas que indicam que a inovação interferiu em seu crescimento, no grupo das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

O que fazem para serem inovadoras?

Ações implementadas pelas PMEs para alcançar o estágio da inovação



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

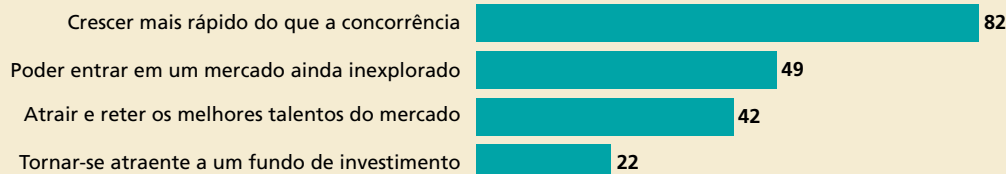
Na avaliação das PMEs sobre a dinâmica do mercado, a inovação é entendida como um fator decisivo especialmente para se diferenciar da concorrência e crescer de forma mais rápida,

conforme as respostas de mais de 80% da amostra total e das empresas do *ranking*. Ela é vista também como um fator importante, por quase metade das empresas que mais crescem, para

se posicionar adequadamente em mercados inexplorados, assim como para a atração e retenção de profissionais talentosos.

Por que inovar é importante?

Na visão dos entrevistados, a inovação deve ser considerada essencial às PMEs porque contribui para...



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Fatores de competitividade

A importância da inovação para as PMEs é expressada mesmo em questões da pesquisa que não tratavam diretamente desse tema. É o que se verifica, por exemplo, nas respostas à questão relacionada às estratégias mais importantes para o enfrentamento da concorrência nos próximos 3 a 5 anos.

Embora a fidelização dos atuais clientes e a conquista de novos tenham sido o item mais apontado pelos empresários, são as iniciativas relacionadas à inovação que aparecem em destaque: capacidade de inovação da empresa, retenção de

profissionais talentosos – fator muito relevante para a manutenção de um alto nível de competitividade – e ampliação e diversificação do portfólio de produtos e serviços. No grupo das organizações que mais crescem, os percentuais de respostas atribuídas à maioria desses itens se mostram ligeiramente superiores aos das empresas do restante da amostra.

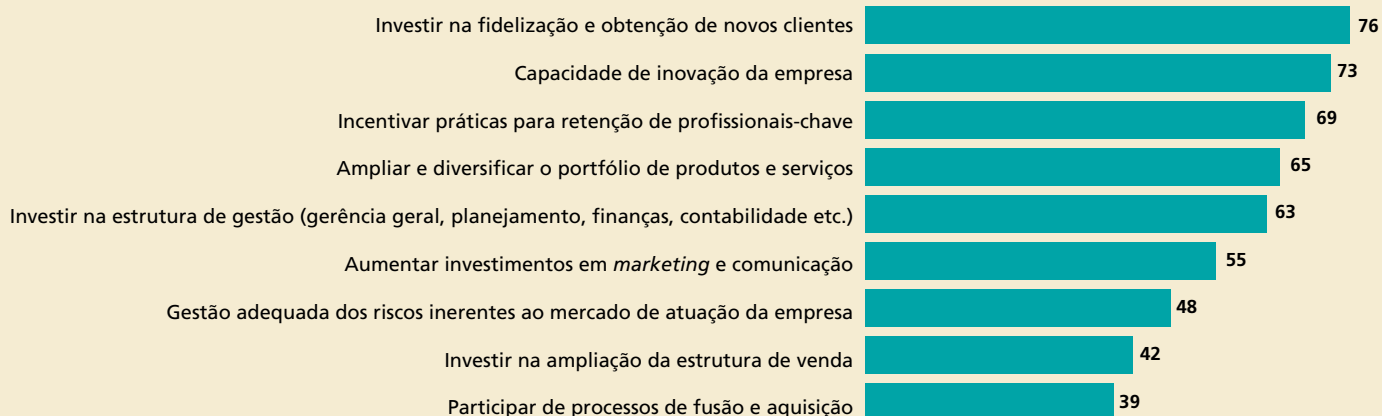
Outra questão da pesquisa não relacionada diretamente à inovação, mas que reforça a importância do tema para as PMEs, diz respeito ao apontamento dos fatores decisivos

para a expansão. Considerando a avaliação sobre os últimos três anos, as iniciativas relacionadas à inovação que se mostram mais relevantes às empresas que mais crescem são o acesso a novas tecnologias, os investimentos em recursos humanos – considerando a importância da qualificação da mão-de-obra para as estratégias de inovação – e a concepção de novos produtos e serviços.

Sinalizando a importância da atualização tecnológica como elemento impulsionador do crescimento, convém ressaltar o item “acesso a novas

Estratégias anti-concorrência

Ações mais importantes para enfrentar os principais concorrentes nos próximos 3 a 5 anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

tecnologias". Na atual edição da pesquisa, ele se apresenta como o de maior percentual de apontamentos, tanto na amostra total, quanto no *ranking* das empresas que mais cresceram. Na edição 2006 do estudo, esse item já ocupava a primeira posição entre os pontos assinalados pelas empresas que compunham o grupo das que mais crescem, ainda que, entre as organizações da amostra total, não passasse do quinto lugar.

A preocupação em definir estratégias sempre ajustadas às necessidades de atendimento dos mercados-alvo também é evidente nas respostas da edição 2007 da pesquisa, com um alto índice de apontamentos para as estratégias de relacionamento com os clientes e de distribuição e vendas de produtos e serviços. Merece destaque também a preocupação com a adoção de modelos profissionais de gestão, indicando a busca da modernização dos padrões administrativos.

No apontamento dos fatores que devem ser considerados decisivos ao crescimento das empresas nos próximos 3 a 5 anos, destacam-se novamente questões ligadas à inovação. Os investimentos em recursos humanos,

Impulsionadores do crescimento (I)

Fatores considerados decisivos para o crescimento das PMEs nos últimos três anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

fundamentais para as estratégias de inovação à medida que viabilizam os esforços pela qualificação da mão-de-obra, despontam com o maior índice de apontamentos, por parte

de quase metade das PMEs de maior crescimento. Conceber novos produtos e acessar novas tecnologias são outros elementos essenciais às políticas de inovação das empresas, aparecendo assinalados por uma grande parcela das organizações líderes em crescimento.

A exemplo do que se verifica em outros pontos da pesquisa, o relacionamento com os potenciais clientes e a fidelização dos atuais também são preocupações prementes, assim como o projeto de expandir seus negócios para novos mercados e a adoção de um modelo profissional de gestão.

Refletindo um movimento intenso da atual conjuntura do ambiente de negócios brasileiro, as PMEs se mostram atentas às possibilidades decorrentes de processos de fusão e aquisição de organizações. Quarenta por cento das empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006 assinalaram as operações desse tipo como um determinante de suas taxas de expansão ao longo dos próximos 3 a 5 anos. No restante da amostra, o percentual de empresas que apontam o mesmo item é de 28%; na amostra total, é de 32%.

Impulsionadores do crescimento (II)

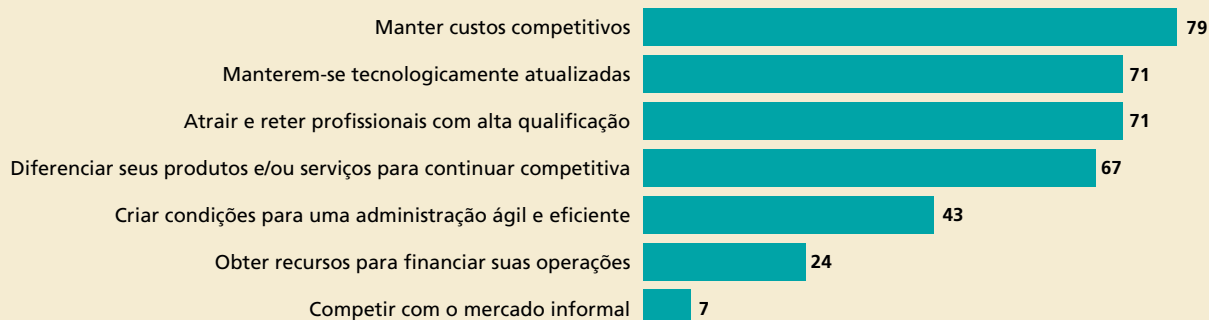
Fatores considerados decisivos para o crescimento das PMEs nos próximos 3 a 5 anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Impulsionadores do crescimento (III)

Desafios que as PMEs devem enfrentar para manter a expansão atual ou crescer mais



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Para manter o atual índice de crescimento ou elevá-lo nos próximos anos, as empresas assinalam como fator mais relevante a capacidade de manter seus custos competitivos (item assinalado por 79% dos respondentes que compõem o grupo do *ranking* das 100 que mais crescem e 80% das organizações da amostra total). Esse resultado denota certa preocupação com fatores externos à empresa. Afinal, a capacidade das PMEs em manter seus custos e preços em níveis competitivos depende sobremaneira de eventuais elementos relacionados à economia e ao ambiente de negócios, como é o caso do chamado “Custo-Brasil”.

Mais uma vez, no entanto, as questões essenciais à inovação aparecem com um alto índice de apontamentos, como a necessidade de manter a atualização tecnológica, atrair e reter profissionais qualificados (71% das empresas do *ranking* das empresas que mais crescem) e diferenciar produtos para garantir a competitividade (67%). Ainda a respeito desses itens, é destacável a diferença entre os percentuais de apontamento para a atração e retenção de profissionais qualificados (71% pelas empresas do *ranking* e 59% para as organizações da amostra total), evidenciando a relevância do capital humano para as corporações de expansão mais acelerada.

Essa preocupação acentuada com a qualificação dos funcionários é mais uma vez demonstrada na observação da relação média entre os investimentos em treinamento de pessoal e a receita líquida obtida por parte das empresas

Capital para treinamento

(relação média entre os investimentos em treinamento e a receita líquida)

Ano	Amostra total (%)	Ranking das 100 (%)
2004	0,62	1,24
2005	0,85	1,69
2006	1,18	2,29
2007*	1,64	3,20

* Estimativa

que mais crescem (*quadro acima*). Na análise das intenções de investimento para os próximos 3 a 5 anos, verifica-se também a preocupação das PMEs com questões relacionadas à inovação, com ênfase para a criação e diferenciação de

novos produtos e serviços, a aquisição de máquinas e equipamentos e a aposta em P&D. Para todos esses pontos, verificam-se percentuais de apontamento mais elevados no grupo das empresas de crescimento mais acelerado.

É relevante o alto percentual de apontamentos para o item “ampliação geográfica dos mercados de atuação”, o que indica novamente uma clara preocupação das empresas em investir em novos mercados, a exemplo do que se verifica no apontamento dos determinantes do crescimento (*pág. 15*) e dos esforços realizados pela internacionalização crescente (*pág. 29*).

Decisões de investimento das empresas

O rumo dos investimentos a serem realizados nos próximos 3 a 5 anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Recursos high-tech

A importância assumida pela inovação às estratégias de negócios das PMEs tem se verificado de maneira simultânea à ampliação dos investimentos dessas organizações em tecnologia. É notório o avanço dos aportes destinados à tecnologia por parte das empresas que participaram da pesquisa, especialmente no grupo das 100 que mais cresceram no período de 2004 a 2006.

Aportes crescentes

(relação média entre os investimentos em TI e a receita líquida das empresas)

Ano	Amostra total (%)	Ranking das 100 (%)
2004	2,18	3,51
2005	2,77	4,30
2006	3,59	5,98
2007*	4,45	7,05

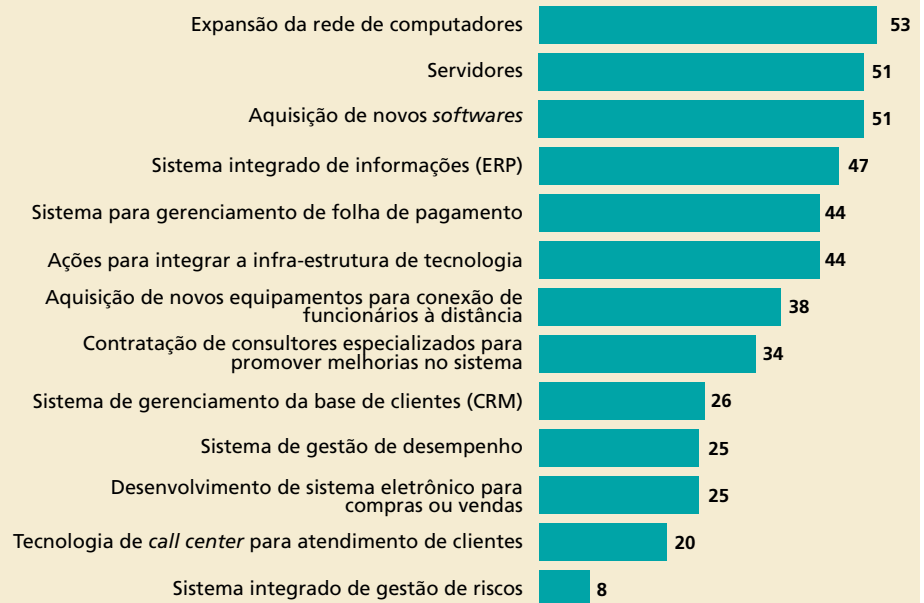
* Estimativa

Os investimentos dessas empresas em tecnologia têm se concentrado especialmente em iniciativas voltadas à expansão dos seus aparatos – com destaque para a ampliação da rede de computadores e servidores e a aquisição de *softwares* – e também à integração de seus sistemas de informação: infra-estrutura de Tecnologia da Informação, *Enterprise Resource Plannings*, os ERPs (sistemas empresariais para armazenar, processar e organizar as informações geradas nos processos da corporação), e folha de pagamento.

Para os próximos 3 a 5 anos, espera-se uma ampliação dos investimentos em sistemas de gestão de desempenho e de gestão de riscos, evidenciando a preocupação das PMEs com tecnologias que contribuam para monitorar a performance de seus negócios quanto a suas potenciais vulnerabilidades no mercado.

Investimentos em tecnologia (I)

O destino dos investimentos em iniciativas voltadas à área nos últimos 3 anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Investimentos em tecnologia (II)

O destino dos investimentos em iniciativas voltadas à área nos próximos 3 a 5 anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Sementes de oportunidades

As estratégias de inovação fomentam cada vez mais, no Brasil e no mundo, novas e amplas perspectivas de negócios às PMEs

Os resultados da edição 2007 da pesquisa “As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil” que evidenciam a preocupação das organizações com as estratégias de inovação se inserem em um contexto de mercado amplamente favorável a esse tipo de iniciativa.

De um lado, uma série de linhas de financiamento e programas de incentivo vem contribuindo para disseminar a inovação nas políticas e nos projetos das pequenas e médias empresas (PMEs). Paralelamente, algumas oportunidades importantes de captação de recursos têm se desenvolvido favoravelmente às empresas que se mostram comprometidas com práticas inovadoras.

O conjunto das tendências positivas em curso pode contribuir para que o Brasil, a longo prazo, se aproxime da experiência de outros países do mundo, nos quais as PMEs representam grande parcela dos investimentos realizados em pesquisa e desenvolvimento (P&D), como a Nova Zelândia (72%), a Noruega (70%), a Irlanda (49%) e a Eslováquia (46%).

A seguir, alguns recentes movimentos de mercado que refletem um cenário propício às PMEs preocupadas com inovação:

Financiamento para inovação

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) preparam o lançamento, ainda em 2007, de um edital disponibilizando recursos de cerca de R\$ 40 milhões com o objetivo de fomentar a inovação entre as PMEs. Além disso, a Finep deverá ampliar sua atuação em segmentos como o de *angel capital*, o chamado “capital semente”, por meio do programa “Inovar Semente”, que aporta recursos em fundos de investimento

voltados às empresas nascentes. Outra novidade voltada para esta mesma meta é o recente lançamento do fundo de capital Criatec, por parte do Banco de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), com um montante de R\$ 80 milhões.

Mais invenções

Os registros de patentes de propriedade intelectual, um indicador importante da inovação no ambiente empresarial, espelham uma participação consistente das PMEs. De acordo com o Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (Inpi), 35% das patentes registradas no País – que indicam invenções que atendem aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial – provêm de empresas de pequeno ou médio porte.

Tecnologia básica

Contar com um aparato tecnológico mínimo para as suas operações é o primeiro passo para toda empresa que pretende ser considerada inovadora. Nesse contexto, um amplo movimento de apoio à informatização de pequenas empresas está em curso no País. O Programa de Estímulo ao Uso de Tecnologia da Informação em Micro e Pequenas Empresas (Proimpe), liderado pelo Sebrae, é uma dessas ações, que tem como objetivo informatizar 3,6 mil PMEs até 2009. A iniciativa tem o apoio da Associação para a Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), da Associação das Empresas Brasileiras da Tecnologia da Informação, Software e Internet (Assespro) e da Federação Nacional das Empresas de Serviços Técnicos de Informática e Similares (Fenainfo).

A experiência das incubadoras

Muitas das pequenas empresas que se mostram promissoras aos investidores do Brasil e do mundo estão abrigadas em incubadoras, algumas delas instaladas em universidades. Com a missão de

criar as condições necessárias para o desenvolvimento tecnológico e estabelecer a ponte entre os avanços científicos e a atividade produtiva, as incubadoras assumem o papel de verdadeiros celeiros de inovação. A boa notícia é que, segundo a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), o número de incubadoras em operação no Brasil quase triplicou desde o início da década (*quadro a seguir*). Além disso, conforme a mesma entidade, 90% das empresas incubadas conseguem ser bem-sucedidas logo nos primeiros três anos de atuação.

Caçadores de grandes idéias

Os fundos de *private equity* (participação em empresas) e de *venture capital* (capital de risco aplicado em organizações nascentes e com perspectiva de crescimento rápido) representam hoje uma das

Celeiros de inovação

Ano	Nº de incubadoras em operação no Brasil
2000	135
2001	150
2002	183
2003	207
2004	283
2005	339
2006	359

Fonte: Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec)

grandes oportunidades de captação de recursos para PMEs. O papel desses agentes nos processos de abertura de capital de organizações brasileiras tem sido fundamental, contribuindo decisivamente para o fortalecimento de novas alternativas de capitalização (*leia mais a respeito nas págs. 17 e 18*). Boa parte dos fundos de investimento do mundo procura hoje oportunidades em pequenas e novas empresas de países emergentes, que se mostrem promissoras e capazes de gerar boas idéias.

Um estudo global desenvolvido pela Deloitte em 2007, com a participação de 528 executivos representantes de fundos de *private equity* e *venture capital*, confirma essa tendência de internacionalização, demonstrando que o empreendedorismo vem atravessando fronteiras da mesma forma que encurta as distâncias entre os mercados. A pesquisa detectou a intenção de 57% dos fundos de investimento e de *venture capital* do mundo em expandir negócios fora de suas respectivas fronteiras ao longo dos próximos cinco anos. Da amostra norte-americana de fundos pesquisados, 54% estão ampliando neste momento e têm metas de manter o ritmo de expansão de suas ações para outros mercados do mundo nos próximos cinco anos.

Recursos para países emergentes

Fundos de *private equity* voltados para regiões em desenvolvimento e emergentes*

Por segmento	Nº de fundos	US\$ milhões
Generalista (sem limitação de setores)	80	18.230
Tecnologia	30	2.552
Petróleo e gás	11	2.302
Infra-estrutura	5	1.870
Consumo (produtos e serviços)	4	745
Agropecuária	3	213
Manufatura	1	750
Outros (inclusive não identificados)	28	6.531
Total	162	33.193

* América Latina, Caribe, Ásia, África, Leste Europeu e outros

Fonte: Deloitte (a partir da consolidação de dados da Emerging Markets Private Equity Association – Empea)

Nesse processo, a América Latina se destaca como a região que vivenciará a maior mudança nos próximos anos, devendo registrar o crescimento mais acentuado em número de fundos de investimento internacionais interessados em investir no mercado local. Essa tendência pode propiciar boas perspectivas para PMEs do Brasil. E, nos esforços para atrair os fundos de investimento, as organizações que se mostrarem verdadeiramente inovadoras tendem a ser as mais bem-sucedidas.

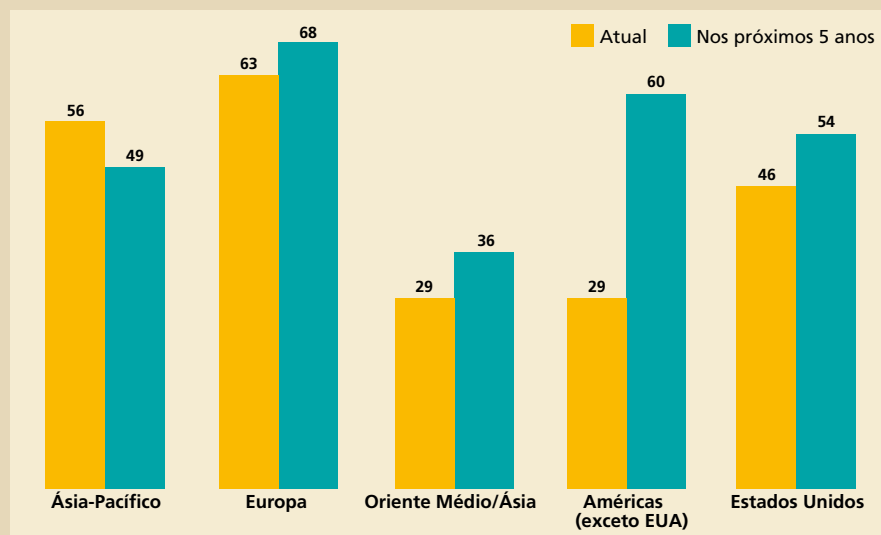
É comum que os setores de tecnologia da informação, biotecnologia e indústria farmacêutica – mercados

pelo seu eminente perfil de inovação – liderem na atração dos fundos de investimento. Nos países que compõem a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), as PMEs, especialmente as de base tecnológica, atraem cerca de 60% do total de investimentos dos fundos de *venture capital*.

A maior parte dos fundos registrados em 2006 e voltados para as regiões emergentes do mundo, como América Latina, Ásia, África e Leste Europeu, era de vocação generalista – com atuação não limitada a qualquer setor em particular – ou com foco na área de tecnologia. Ao todo, 30 fundos se inscreviam no segmento voltado à tecnologia, com recursos de mais de US\$ 2,5 bilhões. Conforme o levantamento, as oportunidades na área de tecnologia são expressivas, figurando ao lado dos setores de energia e infra-estrutura, grandes demandantes de recursos nessas regiões.

O potencial da América Latina

Pequenas e médias empresas do Brasil e de países vizinhos podem se beneficiar da tendência de maior interesse dos fundos de investimento nos próximos anos



(Em % de respostas de representantes de fundos de investimento entrevistados)

Fonte: Pesquisa "Tendências Globais em Private Equity e Venture Capital" (Deloitte, 2007)

A capitalização como desafio

Na abordagem sobre os meios empregados para a capitalização das pequenas e médias empresas (PMEs), a pesquisa identificou, em linhas gerais, um descontentamento dos líderes corporativos em relação aos mecanismos de obtenção de empréstimos e financiamentos. Por outro lado, sinalizou uma clara disposição dos empresários em buscar recursos que dependem de uma visão de longo prazo e de um grau elevado de sofisticação dos tomadores na elaboração de seus projetos de investimento.

A exemplo do que apontara a edição 2006 da pesquisa, a primeira informação a se destacar do estudo realizado neste ano quanto aos canais de capitalização utilizados pelas empresas diz respeito à predominância da geração de capital interno – principalmente na forma de reinvestimento de lucros – entre as fontes de recursos empregadas pelas PMEs.

A busca de empréstimos e financiamentos de instituições financeiras configura a segunda opção mais utilizada pelas organizações de pequeno e médio portes. Convém destacar, porém, que a parcela de empresas que considera essa alternativa para os próximos 3 a 5 anos não tende a crescer. Ao contrário, ela deve até sofrer uma ligeira redução em relação ao percentual das PMEs que procuraram financiamento nos últimos anos.

Difícil acesso

A tendência de estabilização ou até de queda no número de PMEs que procuram financiamento ou empréstimo de instituições financeiras, conforme indica a pesquisa, se explica principalmente pela percepção de que o custo do crédito ainda é alto e pelo recente aquecimento do mercado de capitais no País, que tende a se consolidar como uma fonte fundamental para a geração de recursos corporativos.

O acesso aos empréstimos é considerado difícil mesmo no grupo das empresas que mais crescem, que reclamam principalmente das taxas de juros praticadas, do custo propriamente dito do crédito – entendido como as despesas incidentes na tomada dos empréstimos –, das poucas linhas disponíveis para as PMEs e do atendimento às exigências feitas pelas instituições financeiras.

Em relação a este último item (assinalado por cerca de um quarto das PMEs da amostra total e do grupo do *ranking* das 100 que mais crescem), denota-se paralelamente a necessidade de que as empresas se preparem melhor para a obtenção das linhas de financiamento oferecidas. As instituições financeiras exigem dos tomadores de empréstimo não somente garantias para a hipótese

de inadimplência, mas também a apresentação de projetos estruturados que demonstrem a viabilidade das iniciativas-alvo do crédito, além de demonstrações financeiras auditadas.

A caminho da Bolsa

A tendência mais relevante refletida pela pesquisa em relação às estratégias de captação de recursos está relacionada à forte disposição manifestada pelas PMEs em buscar a Bolsa de Valores como alternativa. Enquanto, nos últimos três anos, o percentual de empresas que admitem ter lançado mão do mercado de capitais como alternativa para a obtenção de recursos é de apenas 1%, para os próximos 3 a 5 anos, a parcela de empresas que manifestam interesse na Bolsa salta para 17% e 27%, conforme respostas da amostra total e das empresas que mais crescem, respectivamente.

Entre as empresas de capital aberto que participaram da pesquisa ou que admitem a possibilidade de abri-lo, a captação de recursos a custos menores é o ponto mais assinalado na gama de objetivos considerados para a eventualidade de partir para o mercado de capitais. No grupo das empresas que também estão no *ranking* das que mais crescem, é ainda maior o percentual das que atribuem ao fator “captação de recursos com menor custo” uma

A origem do capital

Fontes de recursos utilizadas pelas pequenas e médias empresas

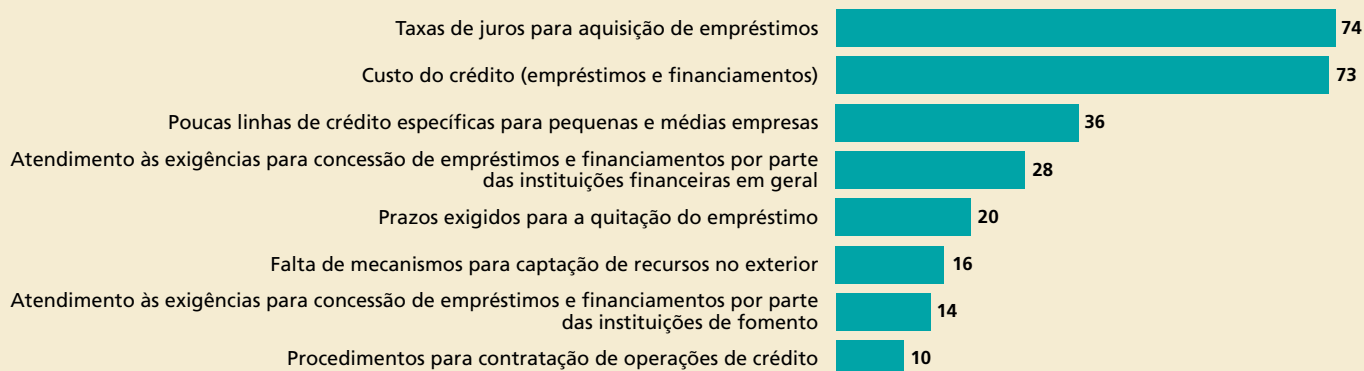
Tipo	Fonte de recursos	Nos últimos 3 anos		Nos próximos 3 a 5 anos	
		Amostra total (%)	Ranking das 100 (%)	Amostra total (%)	Ranking das 100 (%)
Interno	Geração de capital da própria empresa (reinvestimento de lucros)	48	47	44	43
	Geração interna de recursos (reinvestimento de dividendos)	23	29	23	26
Empréstimos	Empréstimos e mútuos de partes relacionadas	15	15	7	8
	Empréstimos e/ou financiamentos	37	38	33	36
	Financiadora de Estudos e Projetos (Finep)	5	6	12	15
	Linhas de crédito com recursos do BNDES	21	21	40	46
Mercado de capitais	Aumento de capital dos atuais acionistas	22	25	14	16
	Aumento de capital de novos investidores	4	5	15	19
	Fundos de investimento em participações em empresas	3	4	9	15
	Oferta de ações na Bolsa de Valores	1	1	17	27
Outros	Renegociação de prazos de pagamento e cobranças	11	9	7	7
	Venda de ativos e desinvestimentos	4	4	5	4

Respostas múltiplas

constante

Obstáculos ao crédito

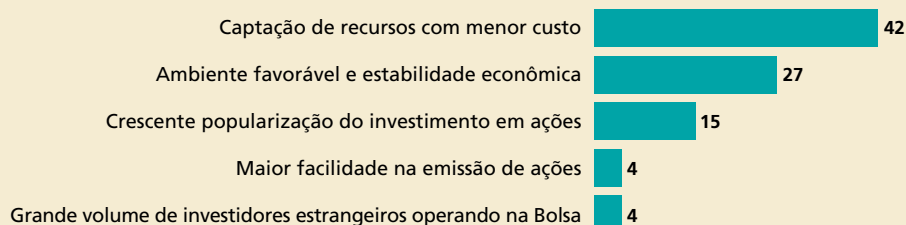
Os fatores que dificultam às PMEs o acesso às linhas de financiamento



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Por que abrir capital?

Motivos que fariam as PMEs listarem ações na Bolsa de Valores



Estrato das empresas de sociedade anônima inseridas no grupo das 100 que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

possível razão para abrir capital (42% contra 31% da amostra total). O ambiente econômico mais favorável e a popularização do mercado de capitais também aparecem como fatores relevantes em uma eventual decisão de abrir capital.

Esses resultados se inserem em um contexto de consolidação do mercado de capitais como alternativa de capitalização para empresas de todos os portes. A expansão do mercado de capitais no País, intensificada após 2004, se encaixa em um contexto de melhora do ambiente regulatório, de consolidação do Novo Mercado e de um ciclo de internacionalização das empresas brasileiras.

Além dos setores tradicionalmente presentes – como energia elétrica,

telecomunicações, siderurgia, papel e celulose e instituições financeiras –, novos segmentos começam a despontar na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), que contava com mais de 430 empresas listadas no início do segundo semestre de 2007, como saúde, tecnologia da informação, construção e desenvolvimento imobiliário, agronegócio, serviços bancários, logística, farmacêutico e educação.

Movimentos de disseminação dessa alternativa de capitalização estão em franca ascensão. Como exemplo, a Bovespa vem realizando prospecção em mercados regionais, como Minas Gerais, para identificar empresas com faturamento entre R\$ 50 milhões e R\$ 100 milhões e que indicam potencial para entrada na Bolsa.

Fundos de investimento em alta

Surgidos no Brasil apenas nos anos 80, depois de pouco mais de três décadas de formação e institucionalização no mercado norte-americano, os fundos de *private equity* (participação em empresas) e de *venture capital* (capital de risco aplicado em organizações nascentes e com perspectiva de crescimento rápido) passam por um momento sem igual em sua história.

A internacionalização de suas operações, com vistas principalmente para os países emergentes (*leia mais a respeito na pág. 15*), protagoniza um movimento em alta velocidade e prenuncia excelentes oportunidades para empresas que buscam abrir capital, especialmente as médias organizações.

A estabilidade econômica e a ascensão da governança corporativa no ambiente empresarial ajudam a explicar o bom momento dos fundos *private equity* e *venture capital* no Brasil, capitalizando bem a intensa movimentação dos investidores globais. A intenção de dezenas de empresas em realizar ofertas públicas de ações (IPOs) vem atraindo o interesse dos empreendedores, que se mostram também satisfeitos com o suporte oferecido por instituições como o BNDES e a Finep para o desenvolvimento do setor de *venture capital*.

Adicionalmente, a realização de aperfeiçoamentos legais no País – com entidades autônomas ou independentes desenvolvendo e controlando o ambiente regulatório e a instituição, em 2005, da Lei de Recuperação de Empresas e Falências – torna o Brasil mais confiável ao investidor, oferecendo menor exposição a riscos de crédito e legal.

A maior participação das PMEs no mercado de capitais é inevitável e crescente, assim como o envolvimento dos investidores de *private equity* no mercado brasileiro. Nesse contexto, o novo ciclo de investimentos desses fundos no Brasil conta com a possibilidade de novas formas de captação, principalmente por meio dos fundos registrados na Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bastante utilizados recentemente. A constituição e a estruturação dos fundos registrados na CVM – “Fundos de Investimento em Participações (FIP)” e “Fundo Mútuo de Investimento em Empresas

Emergentes” (FMIEE) – contribuem para a captação e a disseminação dos recursos direcionados pelos investidores em *private equity*.

A procura pelo BNDES

Apesar de não manifestarem a intenção de procurar mais financiamentos e empréstimos das instituições financeiras de modo geral, as PMEs demonstram a intenção de procurar, nos próximos anos, as linhas de crédito do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Se apenas 21% das empresas participantes da pesquisa utilizaram recursos do BNDES nos três últimos anos, no médio prazo, 45% das PMEs que mais cresceram, 35% das empresas do restante da amostra e 40% da amostra total do estudo manifestam interesse em buscar financiamento do maior banco de fomento do País.

A manifestação de que deverá aumentar o número de PMEs buscando linhas de crédito do BNDES indica ter sido bem-

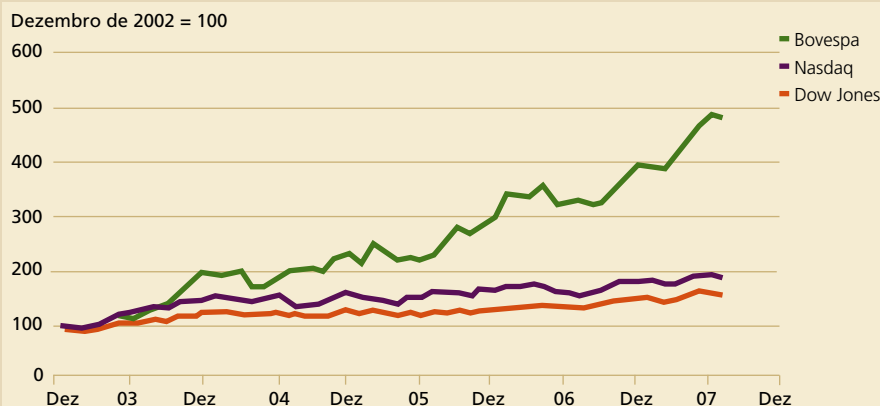
sucedida a estratégia da instituição em se mostrar mais acessível às micro, pequenas e médias empresas, a partir de iniciativas como o lançamento do Cartão BNDES, em 2003, e do programa Criatec, direcionado a empresas nascentes e inovadoras (*leia mais a respeito deste assunto na pág. 14*).

No entanto, a expansão do crédito às PMEs não tem se restringido ao BNDES. Ao contrário, tem envolvido a maior parte das instituições financeiras do País, tanto as privadas quanto as estatais, caso da Caixa Econômica Federal, que disponibilizará a empresas com esse perfil, até o final de 2007, um montante de crédito 52% superior ao de 2006.

Outras instituições, como a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) – que visa à promoção e ao financiamento da inovação e da pesquisa científica e tecnológica –, vêm se destacando entre as prováveis fontes de recursos a serem utilizadas pelas empresas nos próximos anos. A própria pesquisa indica a tendência de projeção da Finep como opção relevante às PMEs, à medida que o percentual de empresas indicando intenção de procurar a instituição para a obtenção de recursos deve mais do que dobrar nos próximos três anos, em relação ao verificado nos últimos três.

Performance superior

A estabilidade econômica, o ambiente externo favorável e a consistente queda do “Risco-Brasil” têm contribuído para o desempenho superior da Bovespa nos últimos anos, na comparação com os índices Dow Jones e Nasdaq



O peso dos fundos nas IPOs

A participação dos fundos de *private equity* (PE) e *venture capital* (VC) tem sido cada vez mais relevante para as ofertas públicas iniciais (IPOs). Das 30 IPOs realizadas no primeiro semestre de 2007, os fundos tiveram envolvimento em 11 delas. Sinal de que o movimento das IPOs é consistente, o número de ofertas foi ampliado, somente no mês de julho, em mais de 50% sobre o total do primeiro semestre do ano, totalizando mais 16 IPOs, que responderam por um montante adicional de R\$ 13,2 bilhões (nestas ofertas de julho, os investidores de PE e VC participaram de três delas).

Ano	Nº de IPOs	Ofertas com participação de fundos	Total das ofertas (R\$ bilhões)
2004	7	5	4,5
2005	9	4	5,4
2006	26	9	15,4
2007 (1º semestre)	30	11	19,0

Fonte: Deloitte (a partir da consolidação de dados da Bovespa, da CVM e de prospectos de distribuição pública)

Expansão inédita

O número de fundos criados e o montante de ofertas registradas nos sete primeiros meses de 2007 já são superiores às estatísticas referentes a 2006

Período	Números de ofertas	Oferta total R\$ milhões
1999	3	115
2000	3	95
2001	3	91
2002	3	118
2003	5	180
2004	10	1.463
2005	12	2.209
2006	38	8.507
2007 (jan-jul)	59	10.686
1999-2007	138	23.464

Envolve as ofertas registradas e aquelas com dispensa de registro, por parte de Fundos de Investimento em Participações (FIP) e Fundos Mútuos de Investimentos em Empresas Emergentes (FMIEE)

Fonte: Deloitte (a partir da consolidação de dados da CVM e de prospectos de distribuição pública); dados até 31 de julho de 2007

A desconcentração do crédito

Apoio às menores

Nos últimos nove anos, as linhas concedidas pelo BNDES ao grupo das micro e pequenas empresas cresceram mais rapidamente do que às médias e grandes

Ano	Porte das empresas			Total
	Micro e pequenas	Médias	Grandes	
1998	0,5	0,9	16,7	18,1
1999	0,8	1,0	15,3	17,1
2000	1,4	1,4	18,6	21,4
2001	1,9	1,6	19,4	22,9
2002	2,4	2,4	29,1	33,9
2003	3,4	2,6	23,5	29,6
2004	3,2	3,0	27,3	33,5
2005	4,0	3,8	35,3	43,1
2006	4,0	4,1	40,2	48,3
Var. % média (1998/2006)	31,1	21,3	13,4	14,5

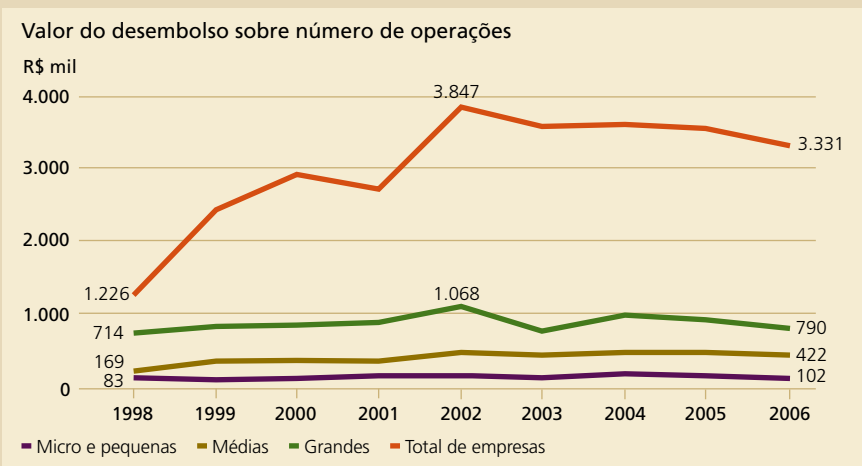
Mais PME's beneficiadas

O cenário positivo às PME's é verificado também em relação ao número de operações de crédito realizadas pelo BNDES no período

Ano	Porte das empresas			Total
	Micro e pequenas	Médias	Grandes	
1998	6	5	14	25
1999	12	3	6	21
2000	15	4	6	28
2001	15	5	7	27
2002	19	5	8	32
2003	27	6	7	40
2004	20	7	8	35
2005	29	8	10	48
2006	39	10	12	61
Var. % média (1998/2006)	29,6	10,0	2,6	13,11

Longo caminho pela frente

O movimento recente de disseminação do crédito às PME's pode contribuir para amenizar a ainda forte concentração dos financiamentos às grandes empresas, como se pode observar pelo exemplo da média dos desembolsos anuais do próprio BNDES



Fonte: Deloitte (a partir da consolidação de dados do BNDES)

Nota – Classificação de porte adaptada pelo BNDES, aplicável às pessoas jurídicas (Carta-Circular 64/2002)

Microempresas: receita operacional bruta anual ou anualizada até R\$ 1.200 mil

Pequenas empresas: receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 1.200 mil e inferior ou igual a R\$ 10.500 mil

Médias empresas: receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 10.500 mil e inferior ou igual a R\$ 60 milhões

Grandes empresas: receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 60 milhões

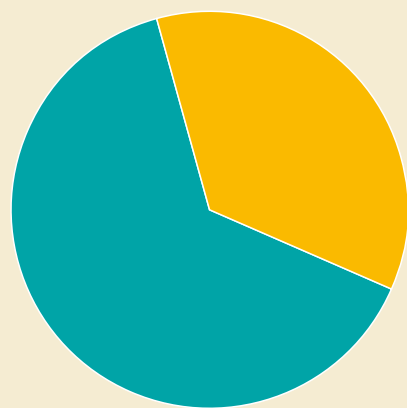
Os novos modelos para crescer

O nível crescente de interatividade e interdependência que marca atualmente as relações empresariais e o ambiente de negócios já está incorporado nas práticas e nos modelos de negócios adotados pelas pequenas e médias empresas (PMEs) do País. Essas organizações se mostram comprometidas com o estabelecimento das mais diversas formas de parcerias com outras empresas e com a participação, de algum modo, nos intensos processos de consolidação pelos quais passa a maioria dos setores econômicos. Esse é o cenário revelado, em linhas gerais, pela pesquisa “As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil” a respeito dos modelos de negócios empregados pelas PMEs para viabilizar os seus planos de expansão.

No levantamento das operações realizadas com outras empresas, a pesquisa identificou uma acentuada perspectiva de aumento nas intenções de efetivar processos de parcerias, aquisições, *joint ventures*, fusões e vendas de unidades de negócio ao longo dos próximos 3 a 5 anos, na comparação

Em análise

Empresas que avaliaram a possibilidade de participar de processos de fusão e aquisição com outras empresas

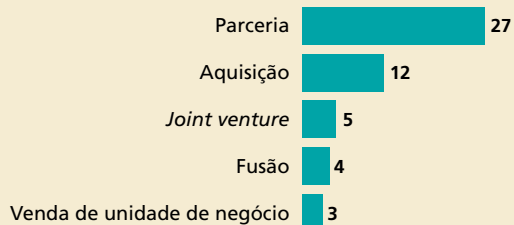


Estrato das organizações que não participaram de processos de fusão ou aquisição nos últimos três anos, dentro do grupo das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006

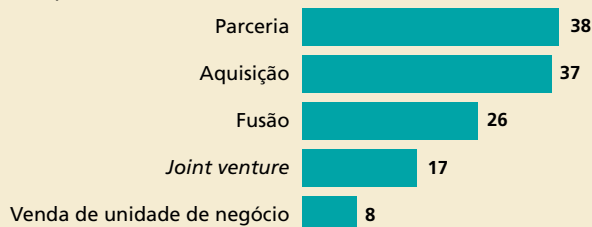
Maior interação

Participação das empresas em operações com outras organizações

Nos últimos 3 anos



Pretensão para os próximos 3 a 5 anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

com a conjuntura verificada nos três últimos anos.

Como exemplo, o percentual de empresas do estrato de crescimento mais acelerado que manifestam a intenção de adquirir outras organizações tende a crescer de 12% para 37% nos próximos anos. Nesse mesmo grupo, o percentual de corporações indicando interesse em estabelecer *joint ventures* – associação entre empresas, de caráter não definitivo e que preserva a personalidade jurídica de todas as envolvidas, para explorar determinado negócio – deve crescer de 5% para 17%. Da mesma forma, mais empresas demonstram interesse em realizar parcerias no médio prazo. A possibilidade de vender unidades de negócio, aproveitando o eventual interesse de investidores nacionais ou internacionais, também é admitida hoje por 8% desse grupo.

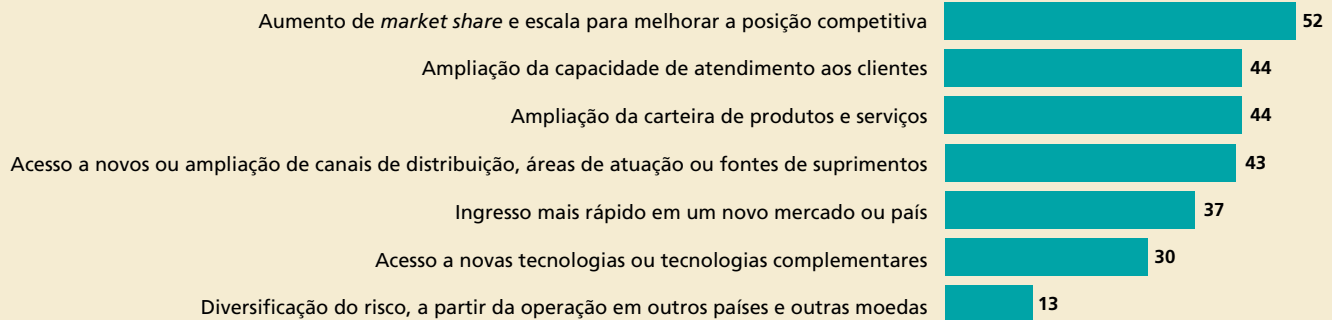
No estrato de empresas que não participaram, nos últimos três anos, de processos de fusão e aquisição, mais de um terço delas sinaliza que chegou a analisar essa possibilidade ao longo desse período.

O envolvimento das PMEs com os processos de consolidação pode ser explicado por uma série de fatores relevantes para o alcance de uma posição mais competitiva no mercado. No apontamento dos motivos que levaram ou levariam as PMEs a participar de operações de fusão e aquisição, a pesquisa indica principalmente a busca de ampliar a participação no mercado, melhorar a capacidade de atender aos clientes, aumentar a carteira de produtos e serviços e diversificar os canais de distribuição, as áreas de atuação e os suprimentos.

As intenções manifestadas pelas PMEs nessa pesquisa coincidem, em sua maior parte, com outros levantamentos já realizados pela Deloitte sobre o tema, como a pesquisa “Fusões e Aquisições no Brasil – Experiências e Estratégias”, que expôs a visão e as práticas de empresas sobre operações de fusão e aquisição realizadas nos cinco anos anteriores. Naquele estudo, a obtenção de maior participação no mercado e a ampliação do portfólio de produtos e serviços eram os itens considerados mais relevantes para adquirir ou se fundir a uma empresa.

Por que participar das consolidações?

Motivos para realizar operações de fusão ou aquisição



Estrato das empresas que não realizaram processos de fusão ou aquisição nos últimos três anos, dentro do grupo das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

No ritmo da consolidação

A substancial parcela de PMEs que sinalizam buscar, segundo a pesquisa, o estabelecimento de parcerias, *joint ventures* e outras operações corporativas com terceiros espelha os movimentos recentes de um mercado de relações empresariais cada vez mais complexas, o qual vivencia um amplo processo de consolidação em importantes segmentos econômicos.

A consolidação de dados públicos acerca do movimento de operações realizadas no primeiro semestre de 2007 indica, na

comparação com o primeiro semestre de 2006, uma evolução de 46% no número de parcerias estabelecidas. Em relação às *joint ventures*, o destaque fica para os segmentos de açúcar e álcool, construção civil e produtos químicos e petroquímicos (respectivamente 9, 8 e 6 operações registradas no primeiro semestre de 2007).

Quanto às operações de fusão e aquisição, que estão inseridas nas estratégias de negócios de parte das PMEs que participaram

da pesquisa, as estatísticas de mercado indicam que o Brasil tem experimentado uma forte ampliação, especialmente em setores como transportes, serviços especializados, construção civil, químico e petroquímico, açúcar e álcool e siderurgia. Especificamente no segmento de serviços especializados – no qual está concentrado um grande número de PMEs –, o número de operações de fusão ou aquisição saltou, em todo o Brasil, de 6 para 25, na comparação entre o primeiro semestre de 2006 e o primeiro semestre de 2007.

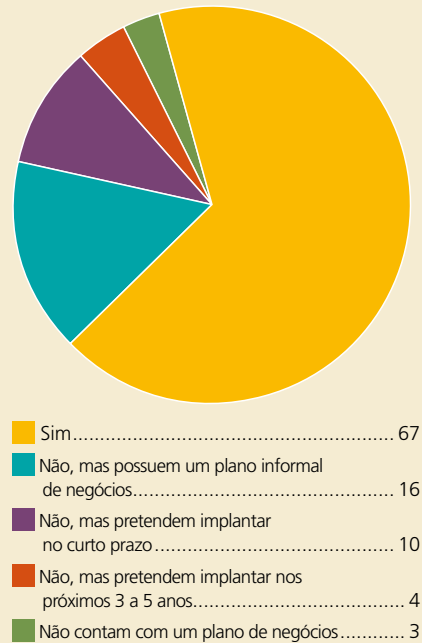
Número de operações realizadas no Brasil

Tipo de operação	1º semestre de 2006	1º semestre de 2007
Aquisição de participação minoritária de empresas	34	54
Aquisição total de uma empresa ou do seu controle acionário	135	134
Fusão com outras empresas	7	5
Parceria (incluindo <i>joint venture</i>)	52	76

Fonte: Deloitte (a partir da consolidação de dados tornados públicos por meio da imprensa, das próprias empresas envolvidas e de órgãos governamentais)

Gestão profissional

Empresas que contam com um plano formal de negócios



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006 (%)

Compromisso com a sustentabilidade

Embora a pesquisa “As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil” não tenha abordado diretamente o tema “sustentabilidade” – um dos assuntos em pauta hoje em dia nas discussões sobre tendências no ambiente corporativo –, algumas questões tratadas no estudo permitem identificar claramente uma postura de preocupação das PME’s com aspectos que se relacionam com o chamado “desenvolvimento sustentável”, como a governança corporativa.

Nesse aspecto, as PME’s se mostram integradas aos movimentos de mercado relacionados à profissionalização da gestão, com o objetivo de criar, no médio e longo prazos, condições objetivas para a concretização dos planos de expansão e de suas estratégias de relacionamento com os mais diversos públicos de interesse.

Sinal da importância que a busca do crescimento sustentável adquiriu no dia-a-dia das pequenas e médias organizações é o fato de que, no grupo das que

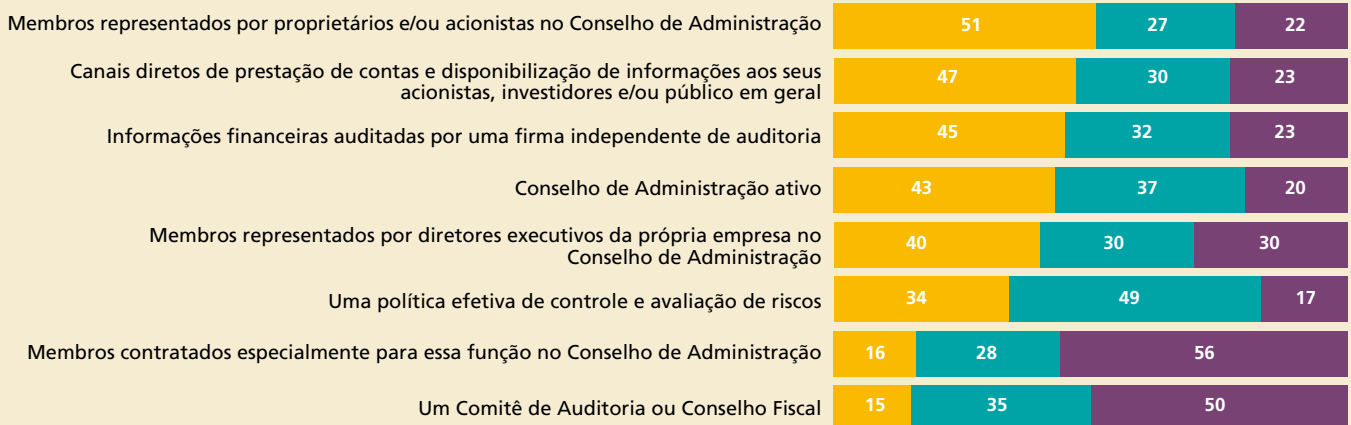
mais crescem, dois terços das empresas já contam com um plano formal de negócios e 14% manifestam a intenção de implantá-lo nos próximos anos.

Na avaliação dos procedimentos, das políticas e das estruturas de governança corporativa adotados pelas PME’s, as organizações que mais cresceram nos últimos três anos demonstram se preocupar, por exemplo, com a melhoria dos seus controles internos e com as práticas transparentes de negócio.

Quase metade das empresas indica contar com auditoria externa para auditar suas informações financeiras. Essa é a parcela aproximada também de organizações que dispõem de canais para prestação de contas aos acionistas e investidores, assim como Conselhos de Administração estruturados e ativos. A preocupação com a sustentabilidade dos negócios a longo prazo se manifesta também no fato de que a soma das PME’s que contam com uma política efetiva de gestão de riscos ou desejam implantá-la totaliza 83%.

Apoio à sustentabilidade

Procedimentos, políticas e estruturas de governança corporativa adotados



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006

■ Sim ■ Não, mas planeja adotar ■ Não e não planeja adotar

Os entraves estruturais

A estabilidade econômica, os avanços no campo regulatório, a queda do “Risco-Brasil” e a ascensão de meios alternativos de capitalização, como o mercado de capitais, têm propiciado otimismo a uma boa parte do empresariado nacional nos últimos anos. Todavia, apesar dos progressos substanciais obtidos, uma série de fatores externos continua trazendo dificuldade à performance das empresas.

No caso das PMEs, a situação não é diferente e chega a ganhar contornos mais dramáticos em algumas áreas de atuação, mesmo no grupo das que conseguiram manter taxas aceleradas de crescimento nos últimos anos.

A exemplo do que identificara o estudo “**Panorama Empresarial**”, realizado e divulgado pela Deloitte em fevereiro de 2007, com a participação de 372 organizações de todos os portes, a

pesquisa “**As Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil**” demonstra claramente que os grandes fatores externos que atrapalham os negócios das PMEs estão ligados ao “Custo-Brasil”. Alta carga tributária, legislação trabalhista inflexível, burocracia e concorrência desleal foram os itens que receberam índices mais elevados de apontamento dos empresários na seleção dos fatores que mais dificultam o desenvolvimento de seus negócios.

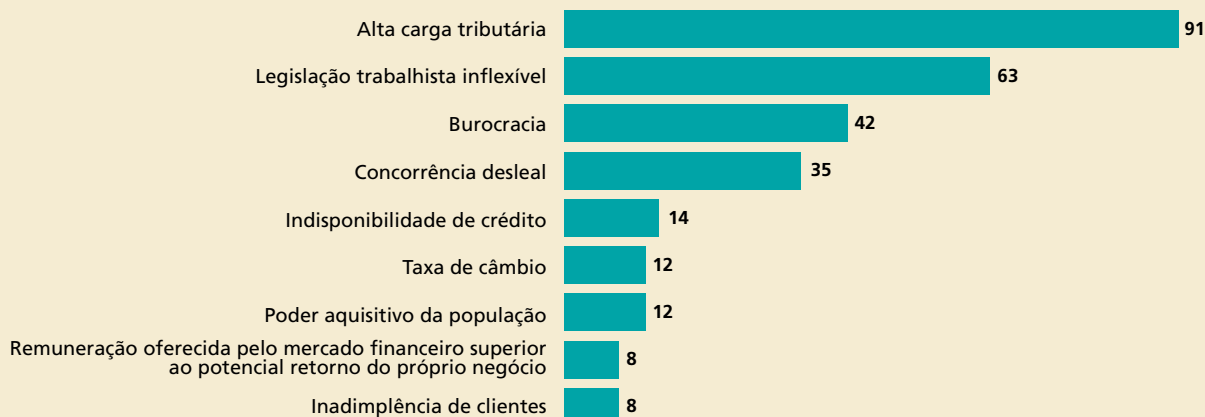
No apontamento das ações governamentais que deveriam ser prioritárias para os próximos anos, na visão dos líderes das PMEs, destaca-se, uma vez mais, a necessidade de endereçar questões ligadas ao “Custo-Brasil”: redução da carga tributária e promoção de reformas estruturais, como a previdenciária, a trabalhista e a tributária, fatores assinalados pela grande maioria dos empresários.

Confirmando a relevância da expansão do crédito para as PMEs, os itens “redução da taxa básica de juros (Selic)” e “ampliação das linhas de crédito de longo prazo” aparecem em terceiro e quarto lugares, respectivamente, entre os apontamentos para as ações governamentais prioritárias.

Assinalada por cerca de um terço das empresas, cabe destaque a reivindicação de investimentos em infra-estrutura a partir de Parcerias Público-Privadas (PPPs). Esse modelo de interação entre governo e iniciativa privada representa hoje oportunidades de investimento e negócios da ordem de US\$ 6,3 bilhões no Brasil, segundo estimativa do estudo internacional da Deloitte “**Closing the Infrastructure Gap**”, de 2006, que considerou o potencial de quatro setores: transporte, limpeza urbana, saneamento e abastecimento de água e sistema prisional.

O custo de investir no Brasil

Fatores externos que dificultam o desenvolvimento dos negócios



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

O papel do Governo

Ações governamentais apontadas como prioritárias para o desenvolvimento dos negócios e o crescimento das PMEs, na visão dos empresários



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)



Por que o “Custo-Brasil” preocupa

Os resultados da pesquisa que apontam os fatores relacionados ao “Custo-Brasil” como entraves ao desenvolvimento dos negócios repercutem em uma conjuntura de mercado que se mostra, em vários aspectos, desfavorável ao avanço dos empreendimentos.

Altos tributos

A elevação da carga tributária nos últimos anos, alcançando 34,2% do PIB em 2006, justifica a liderança desse item entre os fatores externos que prejudicam os pequenos e médios negócios. A carga bruta tem desempenhado uma trajetória quase ininterrupta de crescimento no Brasil desde 1996 – o ano de 2003 foi

o único que não registrou expansão dos impostos nos últimos 11 anos. A recente entrada em vigor do sistema Simples Nacional deve ter um efeito muito limitado na transformação desse quadro, pois abrange apenas empresas com faturamento anual de até R\$ 2,4 milhões.

Legislação defasada

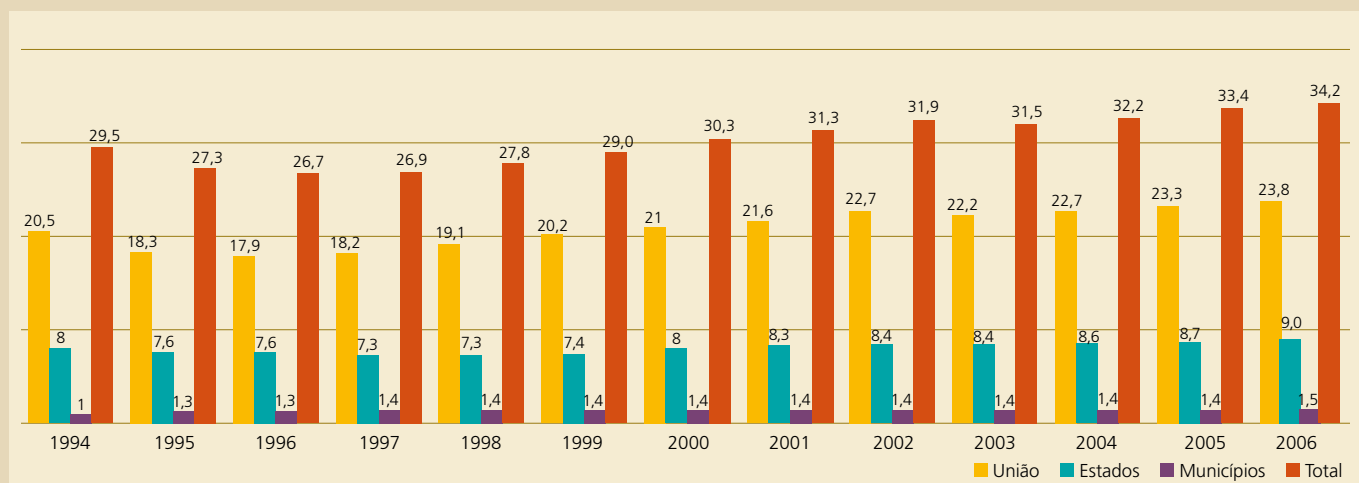
A inflexibilidade da legislação trabalhista lidera a lista dos problemas das organizações na área de recursos humanos. O destaque que esse tema ganha entre as questões de gestão do capital humano denota que a atual rigidez e a burocratização da legislação trabalhista no Brasil atraem boa parte

das preocupações dos empresários, afetando indiretamente a sua capacidade de tratar adequadamente outros fatores relacionados ao tema, essenciais para a competitividade dessas organizações e do País como um todo.

De alguma forma, isso explica o fato de itens, como a qualificação dos novos profissionais que chegam ao mercado e o acompanhamento dos pacotes e faixas de remuneração praticados pela concorrência, aparecerem com um percentual de apontamentos consideravelmente menor do que o recebido pelo fator “legislação trabalhista”.

Impostos crescentes

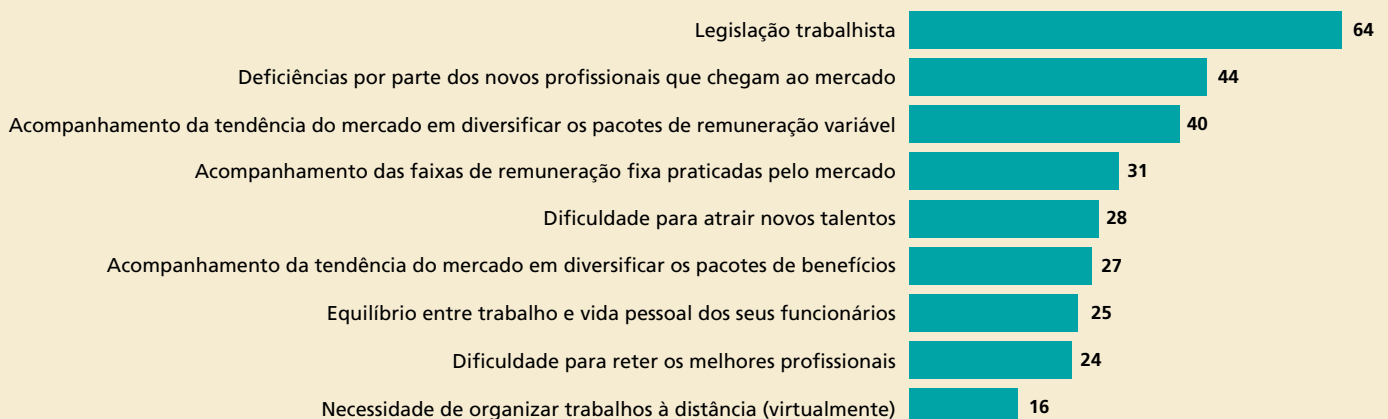
Carga tributária bruta por esfera de governo (% do PIB)



Fonte: Deloitte (a partir da consolidação de dados da Secretaria da Receita Federal – SRF)

Desafios do capital humano

Problemas na área de recursos humanos e gestão de pessoas



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

O peso relativo do câmbio

No apontamento dos fatores externos mais prejudiciais aos negócios (*gráfico na pág. 23*), chama a atenção o fato de o câmbio afetar menos as empresas de crescimento mais acelerado do que as demais organizações que compõem a amostra da pesquisa. Enquanto apenas 12% do estrato de empresas que mais crescem assinalou a taxa de câmbio como um problema ao desenvolvimento de seus negócios, na amostra total da pesquisa, esse percentual alcançou 22%. Quando se avalia apenas o grupo de empresas que não se classificaram para o *ranking* das 100 que mais crescem, o percentual atinge 28%.

Essas diferenças de percentuais sinalizam que as empresas que vêm atingindo índices mais elevados de crescimento se mostram mais competitivas nos mercados interno e externo, ficando menos vulneráveis às questões externas, como a variação cambial.

O peso da taxa cambial novamente se mostra menos relevante às empresas que mais crescem também no apontamento dos fatores que dificultam as operações de comércio exterior das PMEs que atuam no mercado externo (*gráfico na página ao lado*). Ainda que, em todos os estratos, o câmbio apareça como o maior problema nos trâmites de comércio exterior, as diferenças de percentuais de empresas que assinalam este item são relevantes, na comparação entre os estratos da amostra. Entre as empresas que mais crescem, o item foi assinalado por 48%; no restante da amostra, foi de 61%; já na amostra total, alcançou 56%.

Além de ter figurado como o terceiro maior problema externo aos negócios das PMEs que mais crescem (*pág. 23*), a burocracia está entre os principais dificultadores das operações de exportação, com destaque para os itens “burocracia no desembaraço

de mercadorias” e “custos de frete e armazenagem”.

Esses resultados confirmam as conclusões da pesquisa “Comércio Exterior – Desafios para a Desburocratização”, realizada pela Deloitte em 2007, com grandes e médias organizações que realizam operações de comércio internacional. Esse estudo apontou a burocracia no desembaraço de mercadorias nos trâmites alfandegários como o maior problema das empresas na disputa do mercado externo.

Mesmo com tantas dificuldades relacionadas ao “Custo-Brasil”, a maior parte das PMEs realiza operações de importação ou exportação, mantendo relações com uma diversidade significativa de mercados externos.

Os principais mercados de destino das exportações das PMEs que compõem

Mais comércio, menos empresas

As estatísticas oficiais indicam que a burocracia nos trâmites alfandegários e os demais fatores relacionados ao “Custo-Brasil” têm colaborado para que o número de empresas exportadoras tenha variado entre a estagnação e a queda ao longo dos últimos anos.

A quantidade de organizações exportadoras em 2006 foi a menor da década, segundo

dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), a despeito dos sucessivos recordes nos montantes exportados nos últimos anos.

O histórico de valorização cambial a partir de 2003 afetou o comércio das PMEs, ainda que a percepção desse impacto seja diferente entre elas. Em 2005 (último ano sobre o qual há dados consolidados da Secretaria

de Comércio Exterior – Secex), as PMEs apresentaram queda tanto em número de organizações exportadoras quanto em valores exportados. A tendência de valorização, que continuou em 2006 e não deve se modificar em 2007 – exceto em decorrência de fatores externos, como a crise do mercado imobiliário nos Estados Unidos –, permanecerá afetando o segmento.

Exportações brasileiras por porte de empresa

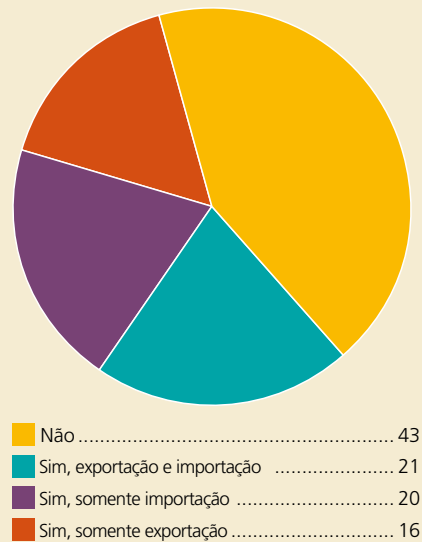
Porte das empresas	2002		2004		2005		Variação % em 2005	
	Número de empresas	US\$ milhões	Número de empresas	US\$ milhões	Número de empresas	US\$ milhões	Número de empresas	US\$ milhões
Microempresas	4.301	168	4.957	302	3.832	239	-22,7	-20,9
Pequenas empresas	4.836	1.166	5.833	2.253	5.318	1.912	-8,8	-15,1
Médias empresas	5.695	4.655	5.254	7.810	5.645	7.995	7,4	2,4
Grandes empresas	4.140	54.314	4.213	85.881	4.651	107.945	10,4	25,7
Pessoas físicas	368	59	645	230	546	217	-15,3	-5,7
Total	19.340	60.362	20.902	96.476	19.992	118.308	-4,4	22,6

Fonte: Deloitte (a partir da consolidação de dados da Secretaria de Comércio Exterior – Secex)

Nota: para a identificação das empresas por porte, utilizou-se o critério que associa o número de empregados e o valor exportado. Por esse critério, prevalece o resultado apurado no maior porte.

Quem importa e exporta

No grupo das PME's de crescimento mais acelerado, 37% são exportadoras



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006 (%)

a amostra total da pesquisa, nos últimos e também nos próximos anos, são, pela ordem, o Mercosul, o grupo dos demais países das Américas (excetuando o Mercosul, os Estados Unidos e o México), os Estados Unidos e a União Européia.

É destacável também a projeção de mercados até pouco tempo irrelevantes para as exportações brasileiras, como o México – que estabeleceu novos acordos bilaterais com o Brasil recentemente – e os países da África, que tendem a se consolidar como um mercado importante às PME's.

Os principais mercados de origem das mercadorias importadas ao longo dos últimos anos pelas PME's que participaram da pesquisa – tanto na amostra total quanto no grupo das 100 que mais crescem – foram, pela ordem, a União Européia, os Estados Unidos, a China e o Mercosul.

Para os próximos anos, as PME's sinalizam uma tendência de projeção ainda maior da China como mercado de origem das importações brasileiras e, em menor grau, da Índia, país que pode oferecer ao Brasil uma relação de complementaridade, considerando a gama diferenciada de produtos exportados pelos dois países.

Obstáculos ao comércio exterior

Fatores que mais dificultam as operações de exportação

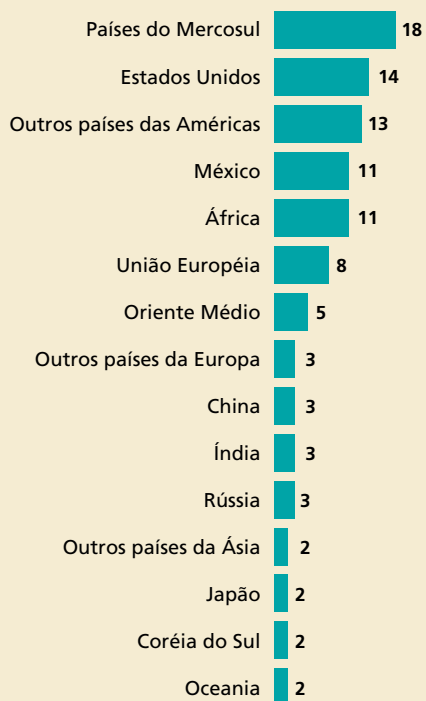


Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

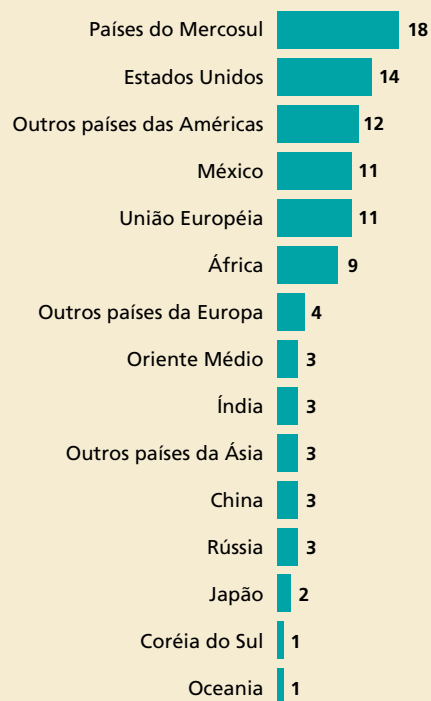
Para onde se exporta

Mercados-alvo das vendas externas das pequenas e médias empresas

Últimos 3 anos



Próximos 3 a 5 anos

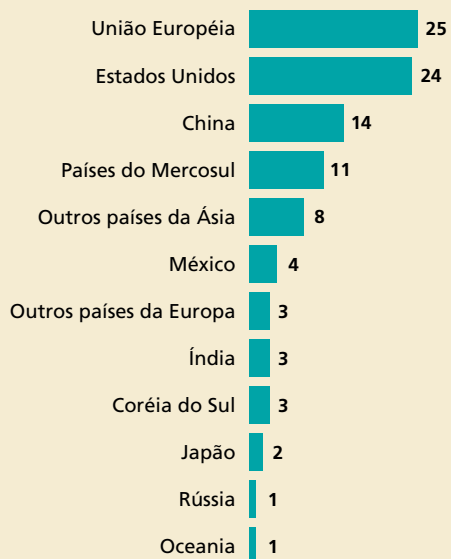


Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

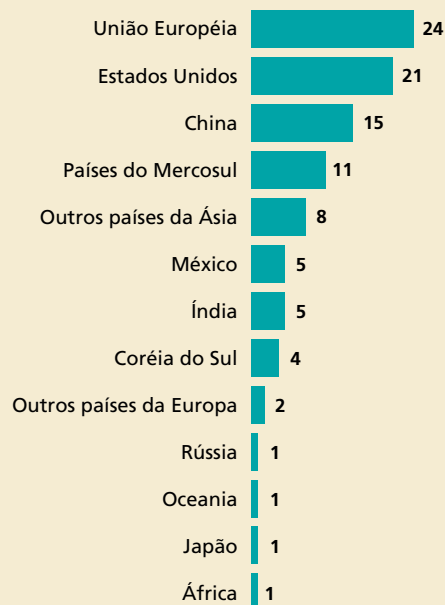
De onde se importa

Mercados de origem das mercadorias importadas pelas pequenas e médias empresas

Últimos 3 anos



Próximos 3 a 5 anos



Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)



A marcha da internacionalização

As PMEs não limitam mais sua atuação nos mercados externos às suas operações de comércio exterior. É crescente o número de organizações pequenas e médias buscando estabelecer plantas industriais, escritórios e unidades de negócios não apenas em outros Estados do País, mas também em outros países.

Elas participam, com grandes corporações, do intenso processo de internacionalização das empresas brasileiras, o que contribuiu para que 2006 fosse encerrado como o primeiro ano da história em que os investimentos brasileiros no exterior superaram os investimentos estrangeiros no Brasil.

A internacionalização está entre as estratégias de negócios evidenciadas pelos resultados da pesquisa, que indicou que quase um quarto das empresas que mais crescem pretende

se estabelecer em outros países (hoje, já são 15%). Mais empresas do grupo das que mais crescem sinalizam a expansão de seus negócios também no mercado interno.

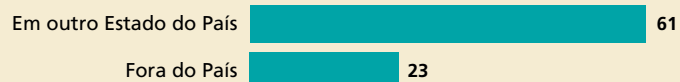
Dentro e fora do País

Mercados nos quais as PMEs mantêm operações ou realizam investimentos

Nos últimos 3 anos



Pretensão para os próximos 3 a 5 anos



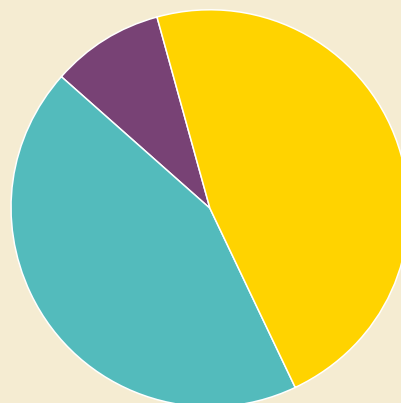
Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006; respostas múltiplas (%)

Resultados efetivos

A pesquisa revela que muitas organizações estão conseguindo alcançar altos índices de crescimento a partir da adoção de estratégias de negócios e modelos de gestão que refletem inovação, busca de alternativas para a capitalização, novos modelos para crescer e mecanismos para enfrentar os entraves estruturais do País. Entre as 100 PME's de maior crescimento, a taxa mínima de expansão no período de 2004 a 2006 foi de 56%. Além disso, o grau de satisfação das PME's que mais crescem em relação ao seu nível de rentabilidade se mostra superior ao das demais empresas da amostra (44% contra 27%) e da amostra total (44% contra 33%).

Alto desempenho

Avaliação das próprias PME's que mais crescem sobre o seu nível de rentabilidade*



■ A margem de rentabilidade alcançou parcialmente os objetivos	47
■ A margem de rentabilidade alcançou totalmente os objetivos	44
■ A margem de rentabilidade não alcançou os objetivos	9

* Com base na performance registrada em 2006, último ano da série analisada pela pesquisa

Estrato das 100 empresas que mais cresceram entre 2004 e 2006 (%)

Análise de indicadores financeiros

A análise dos indicadores de desempenho econômico-financeiro das PME's que compõem a amostra do estudo evidencia uma performance superior por parte das organizações que apresentaram taxas mais elevadas de expansão. O quadro a seguir apresenta a comparação de indicadores de desempenho das PME's participantes da pesquisa, divididas em três grupos:

a) As 100 PME's incluídas no *ranking* de maior crescimento;

b) As empresas que não se classificaram para o *ranking*;

c) As PME's da amostra total.

Observa-se que o grupo das 100 empresas que mais cresceram apresentou um retorno sobre o patrimônio líquido maior do que o das demais organizações. Essa constatação sugere correlação direta entre o crescimento das empresas e o seu desempenho. Nota-se também que o

indicador evoluiu positivamente para essas 100 PME's de maior crescimento entre os anos de 2004 e 2006, reforçando essa correlação. Outra importante observação diz respeito ao aumento de produtividade das 100 empresas que mais cresceram, medido pelos indicadores de receita *per capita* e estrutura de capital. Essa ampliação da produtividade indica uma maior eficiência na utilização dos ativos e do capital humano das organizações.

Indicadores*	100 PME's que mais crescem			Demais empresas da amostra**			Amostra total		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Receita <i>per capita</i>	89	115,8	130,4	134,9	126,8	123	113,8	117,8	129,8
Liquidez corrente	1,65	1,44	1,39	1,7	1,74	1,75	1,67	1,57	1,6
Endividamento total	51	58	55	47	47	46	49	50	50
Margem bruta	30,1	28,8	28,5	28,3	27	33,9	28,8	27,7	30,7
Margem líquida	3,6	4	4,7	5,7	4,2	4	4,4	4,1	4,3
Giro de ativos	2,2	2,3	2	1,3	1,5	1,2	1,7	1,9	1,5
Estrutura de capitais	2	2,4	2,3	1,9	1,9	1,9	2	2	2
Retorno de patrimônio líquido	34,3	35,4	37,2	20,3	16,6	16,4	22,6	20,5	20

* Informações obtidas a partir do uso da mediana, que indica a localização do centro da distribuição de dados

** Empresas que participaram da pesquisa, mas que não se classificaram para o *ranking* das 100 de maior crescimento

Indicadores

Receita *per capita* (R\$ mil)

Liquidez corrente

Endividamento total (%)

Margem bruta (%)

Margem líquida (%)

Giro de ativos

Estrutura de capitais

Retorno sobre o patrimônio líquido (%)

Fórmulas

Receita líquida de vendas/ número de funcionários

Ativo circulante/ passivo circulante

Passivo circulante + exigível em longo prazo/ ativo total

Lucro bruto/ receita líquida

Lucro líquido/ receita líquida

Receita líquida de vendas/ ativo total

Ativo total/ patrimônio líquido

Lucro líquido/ patrimônio líquido



As PMEs que mais Crescem

Estas são as 100 pequenas e médias empresas do País que registraram as

Empresa	Setor	Receita líquida (R\$ mil)*				
		2004	2005	2006	Crescimento (%)	
					2004-06	ao ano
1 Santé Alimentação e Serviços S.A.	Serviços	625,44	10.073,30	14.726,87	2.254,63	385,25
2 GlobalBev	Bens de consumo	1.467,21	6.471,07	22.636,01	1.442,80	292,78
3 Okto	Indústria digital	1.304,82	4.060,33	14.551,17	1.015,19	233,94
4 Bortolot Sistemas Eletricos	Bens de capital	1.695,06	4.155,13	12.481,53	636,35	171,36
5 ADM Distribuição e Logística	Varejo	717,47	1.276,64	5.074,82	607,32	165,96
6 PBTI Soluções	Indústria digital	6.499,49	31.688,46	45.476,22	599,69	164,52
7 C.A. Cançado Engenharia e Edificações Ltda.	Indústria da construção	1.315,74	1.830,91	9.019,34	585,50	161,82
8 Visum Sistemas Eletrônicos	Eletroeletrônicos	9.469,78	22.374,79	45.051,94	375,74	118,12
9 Tele Design	Telecomunicações	2.553,38	6.567,28	9.448,36	270,03	92,36
10 VP Impressos Laser Ltda.	Diversos	4.510,46	14.521,65	15.380,11	240,99	84,66
11 Provider	Indústria digital	25.842,75	43.435,67	84.011,75	225,09	80,30
12 Fort Knox	Serviços	7.815,21	13.543,36	25.239,62	222,96	79,71
13 Reivax Instrumentação Eletrônica	Bens de capital	6.947,69	12.491,40	22.206,00	219,62	78,78
14 Tecno Logys Tecnologia e Produtos para Construção Ltda.	Indústria da construção	4.415,00	8.787,44	13.733,48	211,06	76,37
15 First Tech	Indústria digital	7.392,51	10.429,01	22.421,14	203,30	74,15
16 Servix Informática Ltda.	Indústria digital	6.275,64	8.276,94	18.605,73	196,48	72,18
17 Gratícia Produtos Alimentícios S.A.	Bens de consumo	1.913,45	2.673,70	5.337,66	178,96	67,02
18 Microsol Tecnologia S.A.	Eletroeletrônicos	13.444,60	33.195,70	37.490,33	178,85	66,99
19 Govbr	Indústria digital	8.465,63	16.432,60	23.533,80	177,99	66,73
20 Senior Solution	Indústria digital	4.743,34	9.106,05	12.842,77	170,75	64,55
21 TSA – Tecnologia de Sistemas de Automação Ltda.	Indústria da construção	7.349,13	12.117,98	19.465,04	164,86	62,75
22 Tecnosolo	Indústria da construção	52.025,00	57.965,00	136.360,59	162,11	61,90
23 Tv Esporte Interativo	Comunicação	4.398,68	8.237,26	11.474,15	160,85	61,51
24 Hewitt Equipamentos	Auto-Indústria	8.957,01	15.928,79	23.212,55	159,16	60,98
25 Time Now Engenharia S.A.	Indústria da construção	6.601,10	10.195,50	17.050,00	158,29	60,71
26 Discover	Indústria digital	3.613,69	5.553,35	9.285,34	156,95	60,30
27 Comvap Açúcar e Álcool	Bens de consumo	18.259,45	23.658,13	46.692,65	155,72	59,91
28 Transbahia Transportes Ltda.	Transportes	4.029,14	6.726,68	10.184,03	152,76	58,98
29 Dallogis Logística Ltda.	Transportes	3.090,25	5.511,80	7.796,00	152,28	58,83
30 MIP Engenharia Especialista em Montagens Industriais	Indústria da construção	49.179,30	76.252,97	122.894,86	149,89	58,08
31 Kaizen	Indústria digital	6.648,24	12.707,00	16.357,90	146,05	56,86
32 Trimak Engenharia e Comércio Ltda.	Indústria da construção	10.194,07	15.040,65	24.850,34	143,77	56,13
33 Opto Science in Sight	Eletroeletrônicos	15.418,68	27.272,79	36.660,32	137,77	54,20
34 Hotelaria Brasil Ltda.	Serviços	7.175,48	12.383,10	16.981,85	136,66	53,84
35 Nova Gestão de Frotas	Transportes	3.661,00	6.544,00	8.658,00	136,49	53,78
36 Teeleap	Telecomunicações	51.144,61	64.677,99	120.501,21	135,61	53,50
37 Pratica Technicook	Bens de capital	9.496,17	13.892,95	22.210,52	133,89	52,93
38 Net Service Ltda.	Serviços	5.671,96	7.908,68	13.178,63	132,35	52,43
39 Nutrin Sistemas de Alimentação Ltda.	Bens de consumo	27.051,94	41.167,49	62.353,56	130,50	51,82
40 MCM Química Industrial	Químico e petroquímico	19.661,00	35.928,00	45.261,00	130,21	51,73
41 SubWay Link	Comunicação	2.935,77	4.759,77	6.596,78	124,70	49,90
42 Sumus Informática	Indústria digital	2.417,58	3.273,00	5.377,77	122,44	49,15
43 Arizona	Diversos	7.214,32	8.042,12	15.875,83	120,06	48,34
44 BRQ Informática	Indústria digital	49.208,00	66.807,00	107.265,36	117,98	47,64
45 Isoeste	Indústria da construção	31.719,24	53.895,11	68.570,60	116,18	47,03
46 Mig-PLUS	Produção agropecuária	10.025,40	17.465,40	21.553,50	114,99	46,63
47 Wolpac Sistemas de Controle Ltda.	Eletroeletrônicos	6.985,77	7.319,67	14.885,04	113,08	45,97
48 Sascar Tecnologia e Segurança Automotiva S.A.	Serviços	30.947,10	51.917,69	64.929,72	109,81	44,85
49 CEFRI Armazenagem Frigorificada e Agroindústria Ltda.	Transportes	9.064,16	12.362,38	19.008,00	109,71	44,81
50 Locaweb – Serviços de Internet	Indústria digital	24.495,39	35.960,62	50.821,96	107,48	44,04

* Informações do balanço patrimonial fornecidas pelas empresas participantes

no Brasil

mais altas taxas de expansão em receita líquida entre 2004 e 2006

Empresa	Setor	Receita líquida (R\$ mil)*				
		2004	2005	2006	Crescimento (%)	
					2004-06	ao ano
51 A&C Centro de Contatos S.A.	Indústria digital	20.581,10	31.913,24	42.518,87	106,59	43,73
52 Telsinc	Indústria digital	11.115,08	11.676,85	22.958,14	106,55	43,72
53 Geosonda S.A.	Indústria da construção	14.370,72	22.989,79	29.602,82	105,99	43,52
54 CEVASA	Energia	60.145,75	92.881,37	123.275,16	104,96	43,16
55 Multilab Indústria de Medicamentos	Farmacêutico	32.780,91	42.452,60	66.343,30	102,38	42,26
56 Milplan Engenharia	Indústria da construção	63.192,62	77.952,71	127.516,05	101,79	42,05
57 Cinzel Engenharia Ltda.	Indústria da construção	26.950,02	49.822,53	54.066,95	100,62	41,64
58 Evik Segurança	Serviços	18.401,32	30.237,41	36.808,21	100,03	41,43
59 Exata Transportes e Logísticas Ltda.	Transportes	18.749,00	23.119,00	36.849,00	96,54	40,19
60 Unilider	Bens de consumo	63.456,20	83.037,00	123.562,97	94,72	39,54
61 Leucotron Telecom	Telecomunicações	14.797,96	23.199,19	28.793,92	94,58	39,49
62 Plug In	Indústria digital	2.969,51	4.072,19	5.714,53	92,44	38,72
63 Fluid Brasil Sistemas e Tecnologia Ltda.	Bens de capital	3.974,95	4.953,51	7.585,55	90,83	38,14
64 ACF Engenharia	Serviços	8.588,35	11.214,29	16.387,50	90,81	38,13
65 Cacau Show Ltda.	Bens de consumo	19.654,51	34.369,22	36.763,61	87,05	36,77
66 Ci&T Software	Indústria digital	13.741,30	17.772,91	25.663,20	86,76	36,66
67 Sulinox	Bens de capital	9.707,67	15.026,60	18.028,93	85,72	36,28
68 Cabletech	Eletroeletrônicos	15.390,00	22.911,00	28.580,47	85,71	36,27
69 Quality Software	Indústria digital	6.390,23	11.974,85	11.847,26	85,40	36,16
70 Lanmar	Siderurgia e metalurgia	11.839,12	16.126,65	21.152,37	78,67	33,67
71 Mausá	Bens de consumo	26.708,00	30.556,60	47.479,00	77,77	33,33
72 MB Engenharia	Indústria da construção	60.264,00	88.565,00	106.660,00	76,99	33,04
73 Intereng Automação Industrial	Atacado	30.587,40	48.209,18	53.900,61	76,22	32,75
74 Alfacom Pesquisa	Serviços	8.741,49	11.404,68	15.339,62	75,48	32,47
75 Dj Móveis	Diversos	11.810,82	16.583,16	20.725,41	75,48	32,47
76 Enplan Engenharia e Empreendimentos Imobiliários	Indústria da construção	23.038,04	20.794,36	40.161,64	74,33	32,03
77 Caminhos do Paraná S.A.	Serviços	54.947,00	71.706,00	95.585,00	73,96	31,89
78 Andrade Distribuidor	Transportes	25.878,28	32.665,43	45.013,31	73,94	31,89
79 Multialloy	Siderurgia e metalurgia	11.618,70	18.719,70	20.041,70	72,50	31,34
80 Patrus Transportes Urgentes Ltda.	Transportes	53.998,67	74.627,75	92.972,28	72,18	31,22
81 Haganá Segurança	Serviços	30.591,00	41.408,40	52.395,10	71,28	30,87
82 GS Internacional S.A.	Atacado	8.303,93	12.629,39	14.161,85	70,54	30,59
83 Guimar Engenharia S.A.	Indústria da construção	30.625,00	32.121,00	51.506,00	68,18	29,69
84 MCE Engenharia	Indústria da construção	53.199,17	73.025,22	89.319,38	67,90	29,57
85 Premier – Ti	Indústria digital	5.720,10	7.273,59	9.582,15	67,52	29,43
86 Quatro K	Têxtil	28.436,87	35.562,99	47.568,94	67,28	29,34
87 Haganá Serviços Especiais	Serviços	24.245,10	32.919,40	40.338,90	66,38	28,99
88 Construtora Gomes Lourenço Ltda.	Indústria da construção	75.782,85	93.642,38	125.784,73	65,98	28,83
89 Linx Sistemas e Consultoria Ltda.	Indústria digital	9.144,22	14.271,78	15.172,66	65,93	28,81
90 Clamper S.A.	Eletroeletrônicos	9.109,13	11.083,27	14.973,60	64,38	28,21
91 Resource	Indústria digital	11.684,86	18.300,26	19.054,19	63,07	27,70
92 Batrol Móveis	Diversos	33.610,00	44.288,50	54.772,30	62,96	27,66
93 SR Embalagens Plásticas	Químico e petroquímico	27.703,15	37.604,74	44.938,69	62,22	27,36
94 Toniolo, Busnello S.A.	Indústria da construção	71.149,45	78.242,31	114.856,62	61,43	27,06
95 Softway	Indústria digital	14.998,64	22.209,68	24.210,70	61,42	27,05
96 Ameplan	Serviços	27.626,00	37.085,00	44.345,00	60,52	26,70
97 Tecmedd Importadora e Distribuidora de Livros Ltda.	Atacado	20.223,00	28.931,00	32.436,00	60,39	26,65
98 SMS Tecnologia Eletrônica	Indústria digital	76.318,00	81.449,00	120.443,00	57,82	25,63
99 Intemobile	Indústria digital	3.391,98	6.012,80	5.304,21	56,38	25,05
100 Cedimagem	Serviços	3.761,70	5.353,92	5.873,73	56,15	24,96

PMEs em destaque

No grupo das 100 PMEs que mais cresceram no período de 2004 a 2006, 16 delas apresentaram um desempenho superior em relação a um conjunto de quesitos quantitativos e qualitativos selecionados e, por isso, merecem uma posição de destaque entre todas as organizações participantes da pesquisa. São elas:

- Clamper S.A.
- Caminhos do Paraná S.A.
- Tecno Logys Tecnologia e Produtos para Construção Ltda.
- A&C Centro de Contatos S.A.
- Locaweb – Serviços de Internet
- Fort Knox
- ADM Distribuição e Logística
- Exata Transportes e Logísticas Ltda.
- Prática Technicook
- Ci&T Software
- Patrus Transportes Urgentes Ltda.
- Tv Sport Interativo
- Telsinc
- Opto Science in Sight
- TSA – Tecnologia de Sistemas de Automação Ltda.
- SMS Tecnologia Eletrônica

Os requisitos para figurar no grupo das “PMEs em destaque”

- Estar no *ranking* das 100 PMEs com maior crescimento
- Contar com um modelo inovador em seu setor de atuação
- Investir constantemente em tecnologia
- Desenvolver uma cultura aberta a novas perspectivas na solução de problemas
- Contar com um plano formal de negócios
- Apresentar lucro em 2006



www.deloitte.com.br

A Deloitte é uma das maiores organizações do mundo na prestação de serviços profissionais, atuando no Brasil por meio das áreas de Auditoria, Consultoria Tributária, Consultoria em Gestão de Riscos Empresariais, Corporate Finance, Consultoria Empresarial, Outsourcing, Consultoria em Capital Humano e Consultoria Atuarial. A organização foi fundada em 1845 e conta hoje com mais de 700 escritórios em quase 140 países e com cerca de 150.000 profissionais.

No Brasil, onde atua desde 1911, a Deloitte é uma das líderes de mercado e seus mais de 3.000 profissionais são reconhecidos pela integridade, competência e habilidade em transformar seus conhecimentos em soluções empresariais para seus clientes. Suas operações cobrem todo o território nacional, contando com escritórios em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Campinas, Curitiba, Fortaleza, Joinville, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Recife e Salvador.

A Deloitte refere-se a uma ou mais Deloitte Touche Tohmatsu, ao Verein (associação) estabelecido na Suíça, suas firmas-membro e suas respectivas subsidiárias e afiliadas. A Deloitte Touche Tohmatsu é uma organização mundial de firmas-membro independentes voltada à excelência na prestação de serviços profissionais, por meio de uma estratégia global executada localmente em quase 140 países. Com acesso ao capital intelectual de cerca de 150 mil profissionais, a Deloitte oferece serviços em auditoria, consultoria tributária, consultoria em gestão de riscos empresariais, corporate finance, consultoria empresarial, outsourcing, consultoria em capital humano e consultoria atuarial – e serve a mais de 80% das maiores organizações do mundo, assim como a grandes empresas nacionais, clientes com atuação local relevante, instituições públicas e corporações globais bem-sucedidas e de rápido crescimento. Os serviços não são oferecidos pela Deloitte Touche Tohmatsu Verein, e, por questões regulatórias e outras razões, algumas firmas-membro não oferecem serviços em todas as áreas profissionais mencionadas acima.

Pelo fato de ser uma Verein suíça, nem a Deloitte Touche Tohmatsu, nem suas firmas-membro, possuem quaisquer responsabilidades por atos ou omissões umas das outras. Cada uma das firmas-membro é uma entidade jurídica própria e independente, que opera sob os nomes “Deloitte”, “Deloitte & Touche”, “Deloitte Touche Tohmatsu” ou outras denominações relacionadas.

Para mais informações, contate-nos pelo e-mail comunicacao@deloitte.com ou pelo telefone (11) 5186-6686.