

Comportamento Estratégico e Endividamento das Pequenas Empresas

Samuel Façanha Câmara
samuel@insoft.softex.br
Universidade Estadual do Ceará

Rodrigo Santos de Melo
rodrigo@insoft.softex.br

Diana do Nascimento dos Santos
diana.nsantos@oi.com.br
Universidade Estadual do Ceará

Kelvia Carneiro de Linhares Fernandes
kelviacarneiro@yahoo.com
Universidade Estadual do Ceará

RESUMO

As estratégias por essência traduzem a forma com que as organizações agem diante dos cenários apresentados, objetivando alcançar resultados satisfatórios. Tais estratégias se relacionam com diversas áreas gerenciais, como as decisões financeiras, e podem definir o desempenho destas organizações. O artigo tem como objetivo mostrar se existe relação entre os comportamentos estratégicos e as decisões de endividamento das pequenas empresas do setor da construção civil em Fortaleza-CE. As variáveis usadas no trabalho, relacionadas com a determinação do comportamento estratégico das empresas foram baseadas na tipologia de Miles e Snow (2003) e desenvolvidas mediante adaptação do trabalho de Varadarajan *et al.* (1990). A relação destas variáveis com os níveis de endividamento de curto e longo prazo foi estimada utilizando-se o método da análise discriminante. Os resultados obtidos revelaram que determinados comportamentos estratégicos influenciam as decisões de endividamento de curto prazo e longo prazo e que, por isto, as empresas deste setor devem dar atenção à determinação destes comportamentos, comumente, adotados pelos gestores.

1 INTRODUÇÃO

O setor da construção civil, de acordo com o CBIC – Câmara Brasileira da Indústria da Construção (2005) entre 1991-2004 cresceu a uma taxa média de 0,9% ao ano e, no ano de 2005, foi responsável por 7,3% do PIB nacional. Em 2003, o setor empregou diretamente 5,6% da População Ocupada Total do país e, em 2005 as 118.993 empresas desse setor existentes no país foram responsáveis pela ocupação formal de 1,5 milhão de trabalhadores.

Das empresas do setor de construção civil, aproximadamente, 94% são micro e pequenas empresas, e segundo dados de pesquisa realizada pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2004), 59,9% do total das empresas existentes no país não sobrevivem até o quarto ano de atividade e que 78% dos entrevistados da referida pesquisa consideram ser falhas gerenciais (falta de capital de giro, problemas financeiros,

falta de conhecimentos gerenciais, ponto de venda inadequado) as causas das dificuldades e razões para a extinção das empresas.

As pequenas empresas brasileiras do setor de construção civil estão suscetíveis a situações adversas, seja pelos escassos recursos financeiros disponíveis ou pelas altas taxa de juros e elevada carga tributária. Assim, os gestores destas organizações enfrentam, normalmente, questões de decisão relacionadas à área financeira, tais como: decisões de investimento e da composição de suas estruturas de capital.

Dessa forma, a importância da estrutura de capital para as pequenas empresas da construção civil no Brasil é aumentada devido às altas taxas de financiamento oferecidas pelos bancos públicos e privados. Os juros elevados aumentam de forma considerável o risco financeiro, que é o risco da empresa ser incapaz de assumir suas obrigações, que associado ao risco operacional, que é definido como o risco da empresa ser incapaz de cobrir seus custos operacionais, constitui o risco total, determinante para a falência das empresas nacionais. Este fato nos leva a considerar como essencial à composição da estrutura ótima de capital para as pequenas construtoras cearenses (GITMAN, 1997).

O setor da construção civil seja ele voltado para licitações públicas ou para o setor imobiliário encontra diversas situações que, caso não sejam bem administradas, podem resultar em desempenhos insuficientes, levando a empresa a uma situação de insolvência. O grande número de pessoas envolvidas em uma obra, a diversidade e o alto valor de materiais empreendidos em uma construção, a sintonia entre o projeto e a execução do serviço, entre outros aspectos, são exemplos de variáveis que necessitam de uma estratégia adequada.

Thompson e Strickland (2000) afirmam que a estratégia da empresa consiste do conjunto de mudanças competitivas e abordagens comerciais que os gerentes executam para atingir o melhor desempenho da empresa. Os autores afirmam ainda que dentre todos os caminhos que podem seguir, os gerentes de estratégia decidem seguir uma determinada rota e confiar nessas abordagens de negócio.

Importantes autores da área de estratégia empresarial, como Ansoff e Stewart (1967), Freeman (1974), Porter (1980) e Miles e Snow (2003) se dedicaram a estabelecer tipologias para classificar as empresas em grupos. Esse trabalho analisará o comportamento estratégico à luz da tipologia de Miles e Snow (2003) baseada na noção de que o comportamento do gestor induz a escolha da estratégia adotada pela empresa.

Os pensadores Miles e Snow (2003) definem quatro tipos estratégicos competitivos: defensores, prospectores, analisadores e os reativos. Os defensores buscam proteger seu mercado e têm uma postura conservadora quanto ao desenvolvimento de novos produtos e exploração de novos mercados. Já os prospectores procuram desenvolver novos produtos e, ao contrário dos defensores, visam flexibilidade interna. Os analisadores seriam um misto entre defensores e prospectores e buscam minimizar os riscos e maximizar os lucros ao mesmo tempo, por fim, os reativos exibem padrões inconsistentes e instáveis, dificultando a orientação da empresa deles para o mercado.

Diante do exposto, desenvolve-se o seguinte problema de pesquisa: as construtoras de pequeno porte definem sua estrutura de capital e níveis de endividamento de acordo com seu comportamento estratégico? Dessa forma, o artigo tem como objetivo mostrar se existe relação entre os comportamentos estratégicos e as decisões de endividamento das pequenas empresas do setor da construção civil em Fortaleza-CE.

A importância deste trabalho se dá pela possibilidade de se conhecer melhor como as empresas deste importante setor da Economia cearense agem estrategicamente e como este comportamento afeta suas decisões financeiras. Sendo assim, o artigo pode servir como orientação às políticas voltadas para o setor, principalmente, no que diz respeito ao financiamento destas atividades, tornando-as mais adequadas as características gerenciais destas organizações.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Comportamento estratégico

Mintzberg (1990, p. 15) define estratégia como “um conjunto de diretrizes conscientemente deliberadas, que orientam as decisões organizacionais”. Costa e Silva (2002, p. 2), porém, a definem como sendo “cursos de ação ou linhas-mestras, sejam gerais ou específicos, conscientemente concebidos para se lidar com uma situação”.

As estratégias são meios conscientemente formulados que a organização utiliza para enfrentar ou orientar determinadas situações. Costa e Silva (2002) mencionam que alguns autores acreditam que é possível definir padrões estratégicos, tipologias, que sejam condizentes com as inúmeras atitudes competitivas da maioria das empresas.

“As tipologias são classificações especiais, que focalizam apenas um ou dois atributos da organização, tendo valor preditivo, porém dentro de um aspecto ou região limitado do comportamento geral da empresa” (NAKADO, 1998, p. 85). Costa e Silva (2002, p. 3) afirmam que a importância da utilização de tipologias “está na redução do vasto leque que um pesquisador teria que considerar, pois representam caracteres gerais que definem um pacote holístico de atributos”.

Como pode ser observado, as tipologias servem para classificar as empresas em tipos estratégicos de acordo com seu comportamento apresentado. Inúmeras tipologias na área de estratégia foram elaboradas, destas, destacam-se as de Ansoff e Stewart (1967), de Freeman (1974), de Porter (1980), de Mintzberg (2000) e de Miles e Snow (2003).

2.2 Tipologia de Miles e Snow

Miles e Snow (2003) basearam sua tipologia na postura da empresa às condições de mudança do ambiente. Os autores caracterizaram as empresas em quatro tipos estratégicos: prospectoras, defensoras, analisadoras e reativas. Apesar de ter recebido críticas, pois trataram as empresas com comportamento reativo como organizações que estão fadadas ao fracasso, indo essa tese contra ao tipo de comportamento sem posicionamento defendido por Porter (COSTA; SILVA, 2002), essa tipologia oferece melhores qualidades conceituais para um agrupamento de empresas mais preciso (GIMENEZ *et al.*, 1999).

Miles e Snow (2003) fundamentam seu trabalho em três idéias centrais: o ambiente dá forma e é formado por ações organizacionais; as escolhas estratégicas realizadas pela administração da empresa dão forma à estrutura e aos processos organizacionais; e processos e estrutura condicionam a estratégia. Esses pontos centrais demonstram que os autores focalizam o processo de adaptação organizacional, que retrata a necessidade da empresa se

adaptar aos fatores (condições do mercado de trabalho, prática e hábito da indústria, regulação governamental relações financeiras e outros) do complexo e dinâmico ambiente em que está inserida.

Sendo assim, o modelo de Miles e Snow (2003) é composto por uma abordagem geral do processo de adaptação e uma tipologia organizacional em que cada um dos tipos (prospectoras, defensivas, analíticas e reativas) exibe uma configuração particular de tecnologia, engenharia e processos conforme é explicitado no QUADRO 1 abaixo.

QUADRO 1
Dimensões do ciclo adaptativo e características dos tipos estratégicos.

Componentes do ciclo adaptativo	Dimensões	Tipos estratégicos de Miles e Snow			
		Defensores	Prospectores	Analíticos	Reativos
Problemas e soluções empreendedoras	Domínio de produto-mercado	Estreito e cuidadosamente focado	Amplio e em expansão contínua	Segmentado e cuidadosamente ajustado	Irregular e transitório
	Postura de sucesso	Proeminente em seu mercado	Ativa iniciação de mudanças	Seguidores cuidadosos de mudanças	Investidas oportunistas e cópia de posturas
	Monitoramento	Dominante e baseado no monitoramento cauteloso	Orientado para o mercado/ ambiente e agressivo	Orientado para a competitividade com a concorrência	Esporádico
	Crescimento	Penetração cautelosa e avanços na produtividade	Desenvolvimento de produtos e novos mercados	Penetração assertiva e desenvolvimento cuidadoso de produtos	Mudanças apressadas
Problemas e soluções de engenharia	Objetivo tecnológico	Eficiência de custos	Flexibilidade e inovação	Sinergia tecnológica	Desenvolvimento e término de projetos
	Amplitude tecnológica	Tecnologia focada e <i>expertise</i> básica	Tecnologias múltiplas e sempre tentando passar as fronteiras	Tecnologias inter-relacionadas	Mudança de aplicações tecnológicas
	Ferramentas tecnológicas	Padronização e manutenção dos programas	Pessoal técnico habilidoso e diversificado	Incrementalismo e sinergia	Habilidade de improvisar soluções
Problemas e soluções administrativas	Coalizão dominante	Finanças e produção	<i>Marketing</i> e P&D	Planejamento	Solucionadores de problemas
	Planejamento	De dentro pra fora, dominada pelo controle	Busca de problemas e oportunidades	Abrangente, com mudanças incrementais	Orientado pelas crises
	Estrutura	Funcional, com autoridade de linha	Centrado no produto e/ou no mercado	Dominada por assessores, orientada pela matriz	Formal e rígida, desenho operacional solto
	Controle	Centralizado e formal, ancorada nas finanças	Desempenho no mercado e no volume de vendas	Métodos múltiplos, riscos calculados cuidadosamente	Evitar problemas

Fonte: Adaptado de Varadarajan *et al.* (1990).

2.2.1 Prospectoras

As organizações prospectoras são as que continuamente procuram por oportunidades de mercado, elas regularmente fazem experiências com respostas potenciais às tendências ambientais emergentes. Portanto, tais organizações são frequentemente criadoras de mudanças e da incerteza as quais seus concorrentes devem responder. Entretanto, por causa de seu forte interesse por inovação do produto e do mercado, essas organizações em geral, não são totalmente eficazes (MILES; SNOW, 2003).

Segundo Neto (2004), as organizações prospectoras seguem uma postura agressiva em busca de novas oportunidades. Investem alto em pesquisa e desenvolvimento ou adquirem empresas menores com novos negócios ou produtos. São organizações que geralmente iniciam mudanças na indústria na qual atuam e solucionam o problema empresarial ampliando continuamente o domínio produto-mercado, através da diferenciação ou do baixo custo.

2.2.2 Defensivas

As organizações defensivas são as que possuem pouco domínio sobre os principais produtos de mercado. Os gestores desse tipo de organização são altamente especializados nas áreas de operação em que atuam nas suas organizações, mas não pretendem procurar fora de seus domínios por novas oportunidades. Como resultado desse foco reduzido, essas organizações raramente necessitam de fazer maiores ajustes em suas tecnologias, estrutura ou métodos de operação, em vez disso, eles devotam atenção preliminar em melhorar a eficiência das operações já existentes (MILES; SNOW, 2003).

Segundo Neto (2004, p.41), as organizações defensivas adotam uma postura quase que oposta aos das prospectoras, pois procuram defender e garantir a posição em que se encontram. Frequentemente não introduzem inovações tecnológicas, competindo nas dimensões de preço e qualidade dos seus produtos com os competidores de seu mercado. Ainda que esta estratégia possa ser aplicada a diversas indústrias, a mesma se depara com o risco de ser incapaz de se adaptar a mudanças mais drásticas no ambiente competitivo, pois seu foco estreito impede que haja a diversificação de seus produtos e a consecução de mudanças.

2.2.3 Analíticas

As organizações analíticas são as que operam em dois tipos de domínios de “mercado-produto”, um relativamente estável, o outro mais turbulento. Nas áreas estáveis estas organizações operam rotineiramente e eficientemente através do uso de estruturas e processos formalizados. Em suas áreas mais turbulentas, os gerentes prestam atenção em seus competidores mais próximos em busca de novas idéias e rapidamente adotam àquelas que parecem ser as mais promissoras (MILES; SNOW, 2003).

Segundo Neto (2004, p.41) as organizações analíticas adotam uma postura intermediária entre as prospectoras e as defensivas. Estas organizações são também conhecidas como “imitadores criativos” (SLATER; NARVER, 1993), por captarem e melhorarem as inovações dos competidores. Tal estratégia permite que a organização garanta a viabilidade de seus produtos antes de lançá-los, evitando altos investimentos em pesquisa e desenvolvimento. O maior risco para as analíticas é o de não alcançar a eficiência e eficácia

necessárias, sendo estes indicadores os utilizados para medir o desempenho destas organizações.

2.2.4 Reativas

As organizações reativas são as que a alta gerência percebem mudanças e incertezas que ocorrem em seus ambientes organizacionais, mas são incapazes de responder eficazmente. No caso desse tipo de organização, falta um relacionamento consistente entre estrutura e estratégia. É raro fazer ajustes de qualquer natureza até que se seja forçado devido às pressões ambientais (MILES; SNOW, 2003).

Segundo Neto (2004) as organizações reativas não seguem uma atitude pró-ativa, apenas reagem às ações das outras empresas quando são forçadas. Estão geralmente em desvantagem, pois sofrem os ataques das prospectoras e não conseguem atingir o mercado protegido pelas empresas defensivas e analíticas. Normalmente, as reativas chegam a esta situação por não conseguirem definir uma estratégia específica em função de um líder centralizador, ou pela contradição entre a estratégia escolhida e a estrutura organizacional adotada ou mesmo, pela não adaptação da estratégia ao novo ambiente competitivo ou turbulento.

Os reativos exibem, na verdade, um fracasso estratégico, pois apresentam inconsistências entre a estratégia adotada e sua tecnologia, estrutura e processos. Sendo assim, esse tipo estratégico só se sustentaria em ambientes regulados, em outros, ele iria desaparecer por não conseguir superar as pressões dos concorrentes e dos clientes (COSTA; SILVA, 2002).

2.3 Estrutura de Capital: Capital de terceiros

“A Estrutura de Capital de uma empresa refere-se à composição de suas fontes de financiamento a longo prazo, oriundas de capitais de terceiros (exigível) e de capitais próprios (patrimônio líquido)” (BRIGHAM; GAPENSKI; EHRHARDT, 2001, p. 566). Abaixo, no QUADRO 2, são apresentadas as principais diferenças entre o capital próprio e de terceiro.

QUADRO 2
Diferenças básicas entre capital próprio e de terceiros

Características	Tipos de capital	
	De terceiros	Próprio
Voz na administração	Não	Sim
Direitos sobre lucros e ativos	Prioritário ao capital próprio	Subordinado a capital de terceiros
Prazo	Declarado	Nenhum
Tratamento tributário	Dedução de juros	Sem dedução

Fonte: Adaptado de Fleuriot, 1978

O termo capital denota os fundos a longo prazo da empresa, que podem ser próprios ou de terceiros. O capital de terceiros inclui qualquer tipo de fundos a longo prazo, obtido via empréstimos, já o capital próprio consiste de fundos a longo prazo, fornecidos pelos proprietários da empresa, os acionistas (GITMAN, 1997).

Assaf (2005, p. 419) declara que o capital próprio “é um investimento de risco, arcando os seus provedores com todo o resultado residual da empresa”. Sendo assim, qualquer insucesso que venha ocorrer nos negócios comprometerá negativamente os rendimentos dos acionistas e não a remuneração dos credores.

Já o capital de terceiros, no entanto, “é formado pelas diversas dívidas onerosas contraídas pela empresa, que apresenta um custo explícito determinado principalmente pela cobrança de encargos financeiros” (ASSAF, 2005, p. 419). Porém, mesmo com os inúmeros encargos financeiros, o custo de capital de terceiros é inferior ao próprio, pois, além dele proporcionar redução do desembolso com imposto de renda, proporciona outros benefícios (ASSAF, 2005).

Mas, o que se observa é que, mesmo o custo de capital de terceiros sendo inferior ao de capital próprio, a maioria das empresas optam pela utilização deste último. Isso é explicado devido as empresas seguirem o padrão do setor que se encontra e optarem por um comportamento independente, não se submetendo às pressões de mercado e riscos conjunturais para não comprometer os seus fluxos de caixa (ASSAF, 2005). Outro ponto mencionado por Schorrenberger e Procianoy (2004) com relação a essa preferência de capital próprio a capital de terceiros é o fato dos gestores terem receio de perder o controle da empresa.

Assaf (2005) complementa que o endividamento das empresas costuma variar segundo seus setores de atividade e são orientados, geralmente, pelos benefícios fiscais, custos de capitação, instrumentos financeiros disponíveis no mercado, necessidades de investimentos operacionais, capacidade de geração interna de caixa e outros.

Segundo Assaf (2005), as origens do endividamento a longo prazo pode se dá pela necessidade da empresa ampliar o volume de atividade, repor ou modernizar os ativos fixos, arrendar ou adquirir bens fixos, contratação de serviços de assessoria, pesquisa e desenvolvimento, publicidade e outros. Já com relação ao endividamento a curto prazo, o autor retrata que a sua utilização se destina a proporcionar, principalmente, níveis adequados de capital de giro e de estoque.

As organizações tentam, então, combinar capitais de terceiros e capitais próprios ao ponto de formar o que se chama de estrutura ótima, que proporciona a maximização da riqueza de seus acionistas, pois promove a redução de seu custo de capital total ao seu valor mínimo.

2.4 Estratégia e Estrutura de Capital

A estrutura de capital é uma das áreas mais complexas na tomada de decisão financeira, devido ao seu inter-relacionamento com outras variáveis de decisões financeiras. Para atingir o objetivo da empresa, a maximização da riqueza dos proprietários, o administrador financeiro deve ser capaz de avaliar a estrutura de capital da empresa e entender seu relacionamento com o risco, o retorno e o valor. (GITMAN, 1997, p.430)

O desenvolvimento conceitual desta teoria parte do pressuposto de que as decisões funcionais – e aí se incluem as decisões financeiras – são tomadas por gestores que operam em um ambiente complexo (BARTON; GORDON, 1988).

As influências entre estratégia e estrutura de capital são mútuas: a estrutura financeira influencia a estratégia empresarial através dos volumes financeiros utilizados, composição e tipo de financiamentos, riscos resultantes do endividamento, conflitos de interesse entre principal e agente (teoria da agência), informações transmitidas ao mercado (teoria dos sinais). Por sua vez, a estratégia influencia a estrutura de capital na medida em que alianças e acordos, diferentes formas de gestão e organização modificam os investimentos e aquisições (BALAKRISHNAN; FOX, 1993).

Barton e Gordon (1988, p.1) elencam algumas proposições para o estabelecimento da estrutura de capital:

1. A propensão ao risco da alta administração afetará a estrutura da capital da firma;
2. Os objetivos da firma, determinados pela alta administração, afetarão a estrutura de capital da empresa;
3. Os gestores preferirão financiar as necessidades da firma com recursos gerados internamente;
4. A propensão ao risco da alta administração e o contexto financeiro onde a firma opera afetarão tanto o montante de instituições de crédito dispostas a emprestar, quanto aos termos do empréstimo.
5. As características financeiras da firma afetam a seleção da estrutura de capital pelos administradores.

Para a escola estratégica, a decisão de financiamento de uma empresa não é, portanto, um produto determinístico de forças do mercado, e sim fruto de muitos fatores internos e externos, inclusive valores e objetos pessoais e empresariais. “A representação da firma como uma entidade econômica racional, cuja única meta é a maximização da riqueza do acionista, é uma supersimplificação” (BARTON; MATTHEWS, 1989, p.2).

3 METODOLOGIA

A pesquisa é de caráter descritivo, pois descreve as características de determinada população ou fenômeno, bem como estabelece relação entre variáveis (GIL, 1991).

A coleta de dados se deu através de questionário estruturado e composto por dezoito questões que versavam sobre identificação da empresa (cargo do entrevistado, porte, anos de funcionamento e ramos de atuação), tipologia de Miles e Snow e endividamento.

As questões relacionadas com a determinação do comportamento estratégico das empresas, segundo a tipologia de Miles e Snow, foram desenvolvidas mediante a tabela adaptada de Varadarajan *et al.* (1990), utilizando-se escala *Lickert*. Já nas questões que versavam sobre os demais assuntos foi utilizada múltipla escolha. Na maioria dos casos o questionário foi aplicado diretamente pelos pesquisadores, sendo enviada via *internet* nos casos restantes.

A partir do anuário da FIEC - Federação das Indústrias do Estado do Ceará (2001), que catalogou quatro mil cento e quarenta e sete empresas no estado do Ceará, chega-se a um universo de pesquisa de setenta e cinco empresas que possuem as características necessárias ao estudo do setor da construção civil. Este número relativamente pequeno levou a pesquisa à estratégia de realização de um censo. No entanto, quando da aplicação dos questionários, dados as dificuldades inerentes, foi considerado apenas trinta construtoras fizeram parte deste estudo.

3.1 Método Estatístico

A técnica de análise de dados utilizada nesse trabalho foi a análise discriminante que é uma técnica onde a variável dependente é categórica e as variáveis independentes ou prognosticadoras são escalonadas, têm natureza intervalar ou métrica (ex. faixa etária, escala Likert) (MALHOTRA, 2001).

O Modelo de análise discriminante é descrito pela função:

$$D = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Onde:

D = escore discriminante (valor discriminante)

b = coeficiente ou peso discriminante

X = variável independente ou prognosticadora

n = quantidade de variáveis independentes

3.2 Modelo Empírico

A análise discriminante aplicada ao problema do presente artigo pode ser descrito por duas funções lineares contendo como variáveis dependentes e categóricas os níveis de endividamento de curto e de longo prazo e como variáveis independentes que representa a visão dos gestores em relação aos seus comportamentos estratégicos, classificados dentro da tipologia de Miles e Snow, através de notas atribuídas as ações identificadas a cada comportamento retiradas do questionário adaptado da tabela proposta por Varadarajan *et al.* (1990), como descrito a seguir:

$$ECP = b_0 + b_1D + b_2A + b_3R + b_4P$$

Onde:

ECP = Endividamento de curto prazo

D = nível do comportamento estratégico defensor

A = nível do comportamento estratégico analítico

R = nível do comportamento estratégico reativo

P = nível do comportamento estratégico prospector

$$ELP = b_0 + b_1D + b_2A + b_3R + b_4P$$

Onde:

ELP = Endividamento de longo prazo

D = nível do comportamento estratégico defensor

A = nível do comportamento estratégico analítico

R = nível do comportamento estratégico reativo

P = nível do comportamento estratégico prospector

Embora perante a teoria financeira o nível de endividamento de curto prazo não faça parte do corpo teórico sobre estrutura de capital, os estudos empíricos o incluem em suas investigações, dado as suas diferenças financeiras entre grandes empresas e pequenas e médias empresas, uma vez que as pequenas têm maior dificuldade de acesso ao crédito de longo prazo e costumam endividar-se no curto prazo.

4 RESULTADOS

4.1 Endividamento de curto prazo

Os resultados da análise discriminante são apresentados através das tabelas a seguir, assim como a função discriminante encontrada através dos dados coletados nas 29 construtoras.

Tabela 1 - Lambda de Wilks

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	,801	6,115	1	,013

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 2 - Correlação Canônica

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	,249(a)	100,0	100,0	,447

a First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Fonte: Dados da pesquisa

O *lambda de wilks* (TAB. 1) e a correlação canônica (TAB. 2) acima exposta identificam que realmente há estatisticamente possibilidade de discriminação entre diferentes estruturas de endividamento de curto prazo a partir de variáveis que revelam o comportamento estratégico na classificação tipológica de Miles e Snow, mostrando, dessa forma, que os comportamentos estratégicos influenciam na decisão de endividamento das pequenas empresas de construção civil em Fortaleza.

Tabela 3 - Classificação dos Resultados

Endividamento de Curto Prazo		Predicted Group Membership	
		De 0 a 19%	De 20% a 39%
De 0 a 19%	Count	18	4
De 20% a 39%		2	6
De 0 a 19%	%	81,8	18,2
De 20% a 39%		25,0	75,0

a 80,0% of original grouped cases correctly classified.

Fonte: Dados da pesquisa

Já de acordo com o teste de classificação da função discriminante (TAB. 3) constata-se que a função discriminante estimada tem uma precisão em 80,0% dos casos já conhecidos, o que pode ser considerado significantes.

Tabela 4 – Coeficientes da Função Discriminante

Comportamento estratégico e classificação da tipologia	Function 1
Tem habilidade em improvisar soluções quanto à especialização do pessoal/Reativo	1,000

Fonte: Dados da pesquisa

Quase nenhum comportamento foi responsável propenso ao endividamento de curto prazo, o que pode revelar que provavelmente esta decisão esteja relacionada com variáveis exógenas ao comportamento do empresário, como por exemplo, variáveis de ambiente como no caso das taxas de juros elevadas e das dificuldades de acesso ao crédito.

Como se constata na TAB. 4, um único comportamento foi responsável pela discriminação quanto ao endividamento de curto prazo, sendo este o comportamento estratégico “Ter habilidade em improvisar soluções quanto à especialização do pessoal”, que está associado à tipologia “reativa” de Miles e Snow. Neste caso específico, as empresas que apresentaram esse comportamento tendem a ser endividadas em curto prazo. Isto pode ser explicado, provavelmente, pelo fato das empresas de construção civil serem intensivas em mão-de-obra, levando-as a muitas tentativas de improvisação na formação dos empregados, pode acarretar sérios problemas de eficiência produtiva e ocasionar uma má gestão do caixa nas obras.

4.2 Endividamento de longo prazo

Tabela 5 - Lambda de Wilks

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	,258	32,477	6	,000

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 6 - Correlação Canônica

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	2,870(a)	100,0	100,0	,861

a First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Fonte: Dados da pesquisa

Também como no caso do endividamento de curto prazo, o *lambda de wilks* (TAB. 5) e a correlação canônica (TAB. 6) comprovaram que há estatisticamente possibilidade de discriminação entre diferentes estruturas de endividamento de longo prazo. Vale ressaltar, que para a análise do endividamento de longo prazo, foram consideradas apenas vinte e nove observações válidas.

Tabela 7 - Classificação dos Resultados

Endividamento de Longo Prazo		Predicted Group Membership	
		De 0 a 19%	De 20% a 39%
De 0 a 19%	Count	24	1
De 20% a 39%		0	4
De 0 a 19%	%	96,0	4,0
De 20% a 39%		,0	100,0

a 96,6% of original grouped cases correctly classified.

Fonte: Dados da pesquisa

No caso do endividamento a longo prazo, o teste de classificação da função discriminante (TAB. 7) mostrou que a função discriminante estimada tem uma precisão em 96,6% dos casos já conhecidos, o que pode ser considerado ainda mais significantes.

Tabela 8 - Coeficientes da Função Discriminante

Comportamento estratégico e classificação da tipologia	Function 1
Procura reproduzir as mudanças que deram certo em outras empresas/Reativo	1,286
Monitora o mercado cautelosamente/ Defensivo	,739
Pouco monitora o mercado/ Reativo	-,504
Padronização de serviços e manutenção dos padrões estabelecidos/Defensivo	,501
O planejamento é realizado, procurando novas oportunidades de negócios/Prospector	-,565
Controla para evitar problemas futuros/Reativo	-,907

Fonte: Dados da pesquisa

Ao analisar os comportamentos estratégicos que foram discriminados quanto ao endividamento de longo prazo (TAB. 8), observa-se que quanto mais adotados forem os comportamentos que obtiveram coeficientes positivos, maiores serão os níveis de endividamento de longo prazo. Os casos que apresentaram coeficientes negativos, a relação é inversa, ou seja, quanto mais adotados estes comportamentos, menos endividadas a longo prazo serão as empresas pesquisadas.

Também na TAB. 8, verifica-se que as empresas objeto do estudo procuram reproduzir as mudanças que as empresas do setor realizam e, para que isto aconteça provavelmente acabam realizando investimentos de longo prazo com o intuito de se adequar, provavelmente não de forma planejada, levando-as a opção do endividamento de longo prazo. Outros dois fatores que contribuem para este nível de endividamento é a questão do monitoramento do mercado cautelosamente e a padronização de serviços e manutenção dos padrões estabelecidos, ambos adotados por empresas que apresentam comportamento defensivo. Isso pode ser explicado pelo fato da padronização e monitoramento cauteloso do mercado serem práticas típicas e constantes desse tipo estratégico, o que acarretaria em investimentos quase que permanentes.

Destacam-se ainda que as empresas que tem um comportamento estratégico que pouco monitoram o mercado e que têm a prática do controle apenas para evitar problemas futuros e não para gerir melhores formas de gestão/produção, ambos fatores característicos de empresas de comportamento reativo, não tendem a se endividar a longo prazo. Esse comportamento é bem característico das pequenas empresas, principalmente as construtoras que têm seus proprietários os próprios técnicos das obras e, que muitas vezes deixam de monitorar o mercado para que possam cumprir os prazos de entrega das obras, bem como realizar os controles da produção e de custos. O único comportamento prospector discriminado e que

manteve uma relação inversamente proporcional ao endividamento de longo prazo foi “o planejamento é realizado procurando novas oportunidades de negócios”. Talvez, isso seja devido ao fato de a procura por novos negócios já ser uma prática das empresas que são prospectoras e que essas já não mais precisam fazer investimento de longo prazo para a manutenção desse comportamento.

Nota-se, portanto, que as empresas que possuem comportamentos caracterizados como defensivos acabam por ter uma relação direta com o endividamento de longo prazo, ou seja, quanto mais adotado esse comportamento mais endividado a longo prazo são as empresas. O inverso pode ser dito para as empresas que adotam o comportamento prospector. Em se tratando das empresas caracterizadas como reativas, o que se vê é uma tendência para a manutenção de uma relação diretamente ou inversamente proporcional ao endividamento de longo prazo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que as decisões de endividamento de curto e longo prazo são influenciadas pelos diferentes comportamentos estratégicos, classificados por Miles e Snow em defensor, reativo, analítico e prospector. O que revela que os diversos perfis estratégicos dos gestores afetam suas ações gerenciais, principalmente em relação às decisões de financiamento.

No tocante ao endividamento de curto e longo prazo constata-se que ambos possuem uma relação com diferentes comportamentos estratégicos. No caso do endividamento de curto prazo, as pequenas construtoras que apresentam um comportamento de improvisação em relação às soluções, são caracterizadas por reativas. Já no endividamento de longo prazo, três comportamentos estratégicos, o reativo, defensivo e prospector, foram discriminantes na análise, embora de forma inversa em algumas situações.

Cabe destacar que, o comportamento estratégico analítico não foi discriminante em nenhuma das análises, ou seja, no enfoque do endividamento de curto prazo e de longo prazo. Isto nos leva a discussão que as pequenas empresas do setor de construção civil sejam bastantes técnicas, e que não se preocupam com a formalização de suas estruturas e processos, bem como a elaboração de um planejamento estratégico e financeiro.

Dessa forma, em uma economia com altas taxas de juros, como a brasileira, o nível de endividamento deve ser analisado com muito cuidado pelas empresas e as variáveis que influenciam nessas decisões precisam ser consideradas como fatores importantes para seus desempenhos. Em virtude disto a determinação dos comportamentos estratégicos, comumente adotados pelos gestores merecem um tratamento destacado no apoio as tomadas de decisão.

As restrições desta pesquisa estão definidas pelas características próprias do setor em estudo, principalmente pelo acesso as empresas, pois a amostra é pequena, e os resultados não podem ser extrapolados ao universo, nem a outros setores. Entretanto, dessas específicas limitações, surgem algumas questões temáticas a serem exploradas em futuras pesquisas, ampliando-se na verificação das causas e tendências que levam as empresas a se endividar a partir de determinado comportamento estratégico adotado. Destaca-se, que a principal contribuição deste trabalho está no fato de abordar a temática estratégica na tomada de decisões financeiras das empresas.

Referências

ANSOFF, I.; STEWART, J., M. *Strategies for a technology-based business*. Harvard Business Review, Nov-Dec, 1967.

ASSAF, A. N. *Finanças corporativas e valor*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

BALAKRISHMAN, S; FOX, I. *Asset specific, firm heterogeneity and capital structure*. Strategic Management Journal, v. 14, p. 3-16, 1993.

BARTON, S. L.; GORDON, P. J. *Corporate strategy and capital structure*. Strategic Management Journal, v.9, p. 623-632, 1988.

BARTON, S. L.; MATTHEWS, C. H. *Small firm financing: implications from a strategic management perspective*. Journal of Small Business Management, n.1, v.27, p.1-7, 1989.

BRIGHAM, E. F.; GAPENSKI, L. C., EHRHARDT, M. C. *Administração financeira: teoria e prática*. Tradução de Alexandre Loureiro Guimarães Alcântara, José Nicolas Albuja Salazar. São Paulo: Atlas, 2001.

COSTA, L.S. de V.; SILVA, J.F. da. *As Tipologias Estratégicas “Realmente Existem”?*. In: XVI Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, Salvador, Bahia: 2002.

FIEC. Anuário FIEC- Federação das Industrias do Estado do Ceará, 2001.

FLEURIET, M.; KEHDY, R.; BLANE, G. *A Dinâmica financeira das empresas brasileiras*. Belo Horizonte: Fundação Dom Cabral, 1978.

CBIC. Câmara Brasileira da Indústria da Construção. *A Construção em números: Indústria da Construção Civil 2005*. Disponível em: <http://www.cbicdados.com.br/constructnumeros2.asp>. Acesso em: 01 Nov 2006.

FREEMAN, C. *Economics of Industrial Innovation*: Penguin, Middlesex, 1974.

GIL, A C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GIMENEZ, F. A. P; PELISSON, C.; KRUGER, E. G. S; HAYASHI P. J. *Estratégia em Pequenas Empresas: uma aplicação do modelo de Miles e Snow*. São Paulo: Revista de Administração Contemporânea, n.2, v.3, p.53-71, 1999.

GITMAN, L. J. *Princípios de administração financeira*. Tradução de Jean Jacques Salim. 7 ed. São Paulo: Harbra, 1997.

MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada*. 3 ed.. São Paulo: Bookman, 2001.

MILES, R. E.; SNOW, C. C. *Organizational Strategy, Structure and Process*. Stanford Bussiness Book, California, 2003.

MINTZBERG, H. Strategy formation schools of thought. In FREDRICKSON, J. W. (Ed). *Perspectives on strategic management*. Boston: Ballinger, 1990, p. 105-235.

MINTZBERG, H; AHLSTRAND, B; LAMPEL, J. *Safári de estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2000.

NAKADO, D. N. *Uma comparação entre tipos de estratégia tecnológica de oito empresas brasileiras*. Recife: Revista de Ciência e Tecnologia, n.1, v.2, p.83-92, 1998.

NETO, J. B. C. *Comportamento estratégico organizacional de uma indústria pertencente ao pólo industrial de Manaus (PIM)*. 139 f. 2004. Teses (Mestrado em Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2004.

PORTER, M. E. *Competitive Strategy: Techniques for analysing industries and competitors*. New York: The Free Press, 1980.

SCHONORRENBURG, Adalberto; PROCIANOY, Jairo L. *A influência da estrutura de controle nas decisões de estrutura de capital das companhias brasileiras*. Revista Brasileira de Economia, n.1, v.58, p.1-18, 2004.

SEBRAE. Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/mortalidade%5fempresas/>. Acesso em: 30/10/2006.

SLATER, S.; NARVER, J. *Product-market strategy and performance: an analysis of the Miles & Snow strategy types*. European Journal of Marketing, v.27, n.10, p.33-51, 1993.

THOMPSON JR., A.; STRICKLAND III, A.J. *Planejamento Estratégico*. São Paulo: Pioneira, 2000.

VARADARAJAN, P. R.; CONANT, J. S.; MOKWA, M. P. – *Strategic types, distinctive marketing competences and organizational performance: A multiple measures - based study*. Strategic Management Journal, v. 11, p. 365-383, 1990.