

INTRODUÇÃO AO ESTUDO DO EMPREENDEDORISMO E À SUA CORRELAÇÃO COM AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Introduction to the Study of Entrepreneurship and to its Corretation to the Small and Medium Enterprises

Clayton Luís **GUIMARÃES**¹; Elói Martins **SENHORAS**²; Katiuchia Pereira **TAKEUCHI**³

¹Graduando pela Universidade de São Paulo (USP) - Escola de Engenharia de São Carlos (EESC) e *Visiting Scholar* na École Polytechnique de Montréal

²Graduando e Pós-graduando pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) - Instituto de Economia (IE) e *Visiting Scholar* na University of Texas at Austin

³Doutoranda pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) - Faculdade de Engenharia de Alimentos (FEA)

RESUMO

Na nova visão, as empresas de menor porte deixaram de ser coadjuvantes e passaram a exercer um papel de destaque na política econômica. Elas estão sendo encaradas como variáveis decisivas para o aumento da competitividade internacional. O empreendedor passou a ser visto como extremamente inovador e possibilitador de distribuição mais equitativa da renda. Não obstante, a valorização do empreendedorismo decorre do fato de, no desenvolvimento local, as micro, pequenas e médias empresas, as novas iniciativas empresariais e os próprios empresários estarem enquadrados na lógica da inovação e na estratégia de negócios.

Palavras Chaves: *empreendedorismo, pequenas e médias empresas.*

ABSTRACT

In modern days, small companies are not backstage players anymore because they have come to exercise a prominent role in the political economy. They have been portrayed as important variables against the increase of international competitiveness. The entrepreneurs have come to be seen as extremely important to innovate and to make possible a more equitable distribution of income. Nevertheless, the focus on entrepreneurship really shows the fact that in local development; the micro, small and medium companies; the new business initiatives and their proprietors fall into a logical system of innovation and businesses strategy.

Keywords: *entrepreneurship, small and medium companies.*

1- INTRODUÇÃO

O cenário nacional de crise e reestruturação da economia afeta o mercado de trabalho acentuando a precarização das relações, tornando uma exigência social desenvolver políticas e projetos que apoiem as alternativas de sobrevivência das classes populares.

Entretanto, o medo do desemprego estrutural não é nenhuma novidade: David Ricardo, no início do século XIX, antevia as máquinas como destruidoras dos empregos. Karl Marx encarava o desemprego como uma doença decorrente da acumulação de capital.

O emprego, no sentido comumente aplicado, tende a se extinguir. No entanto, o momento é também de mudanças que favorecem grandes oportunidades, demonstrando que o desenvolvimento de um espírito empreendedor se faz cada vez mais necessário.

A criação do próprio negócio surge como uma das alternativas ao emprego incerto. Não só por uma conjuntura sócio-econômica que faz com que o desenvolvimento de novos negócios seja uma necessidade ou uma alternativa ao desemprego, mas, também, pelo sonho de ter o próprio negócio.

Diante desse quadro de mudança do Mercado, o foco do desenvolvimento deixa de ser predominantemente composto de grandes corporações, passando a ser dominado por uma lógica de micro e pequenos negócios.

Não se pode mais esperar das grandes empresas a solução para o desemprego e para a falta de ocupação economicamente útil das pessoas. As grandes empresas produzem mais com menor contingente de empregados.

Se as grandes empresas são relativamente independentes de seu ambiente, de forma a assegurar o seu crescimento, parece que as micro, pequenas e médias empresas não poderiam emergir facilmente, sem estar ancoradas numa comunidade local¹.

O empreendedor, como gerador de novas empresas, passa a ser o eixo central da criação de novos postos de trabalho, intensificando transações econômicas e contribuindo para a competitividade de uma nação. Nesse sentido, esse artigo tem o objetivo de desenhar uma melhor compreensão sobre a importância do empreendedorismo e sua ligação com as pequenas e médias empresas (PMEs) no desenvolvimento local.

2 - EMPREENDEDOR: A EVOLUÇÃO DE UM CONCEITO

Nos estudos e pesquisas realizados sobre o fenômeno do empreendedorismo, observa-se que não há consenso entre os estudiosos e pesquisadores quanto à exata definição do conceito de empreendedor. As dificuldades encontradas para o estabelecimento desta conceituação são decorrentes da própria evolução do fenômeno, bem como de concepções errôneas postuladas principalmente pela mídia e pelo senso comum que acabam por obscurecer e distorcer alguns conceitos.

O termo empreendedor foi utilizado pela primeira vez por volta de 1800 por Jean Baptiste Say, economista francês, com o intuito de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada.

Somente com Joseph A. Schumpeter (1934), é que a conotação de *empreendedor* adquiriu um novo significado, ao se tornar *o responsável pelo processo de destruição criativa*, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista. Assim, o empreendedor é um agente fundamental, pois engendra impactos na economia, ao quebrar antigos padrões e criando, constantemente, novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

Segundo Penrose (1959), o espírito empreendedor é uma predisposição psicológica que conduz certos indivíduos a se arriscarem em atividades de retorno incerto, na esperança de obter lucros. A busca de oportunidades produtivas é uma decisão empreendedora e prévia à decisão de avaliá-la do ponto de vista econômico. A fonte do movimento e dinamismo da empresa encontra-se no espírito empreendedor. O empresário - manancial das pulsões empreendedoras - como inovador dentro da empresa, sinaliza para novos caminhos e oportunidades de expansão.

Na visão de Ansoff (1981), ser empreendedor é ter o desejo de independência que motiva o estabelecimento de seu próprio negócio. O empreendedor é aquele que busca a mudança, reage a ela e vislumbra uma oportunidade, nem sempre vista pelos demais. É o empreendedor que cria algo novo, diferente, inovando ou transformando valores e conseguindo conviver com as incertezas e riscos inerentes ao negócio.

Na definição de Drucker (1985), os empreendedores são pessoas que inovam considerando que a inovação é o instrumento específico destes, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. Essa definição converge com a proposta por Oliveira (1995), segundo a qual:

¹ No período de 1995 a 2000, enquanto as empresas com mais de 100 empregados criaram apenas 88.100 empregos, as empresas com até 100 funcionários, consideradas pequenas, criaram 1,9 milhão de empregos, ou seja, o crescimento do emprego nas pequenas empresas foi de 19,2% enquanto que nas médias e grandes foi de 0,6% (Cunha, 2002).

“Empreendedor é todo indivíduo que, estando na qualidade de principal tomador das decisões envolvidas, conseguiu formar um novo negócio ou desenvolver negócios já existentes, elevando substancialmente seu valor patrimonial, várias vezes acima da média esperada das empresas congêneres no mesmo período e no mesmo contexto sócio-político-econômico, tendo granjeado com isso alto prestígio perante a maioria das pessoas que conhecem essa empresa ou tem relacionamentos com ela” (Oliveira, 1995: 22).

Gifford (1989) apresenta duas categorias de empreendedores, de acordo com seu campo de atuação: a) *entrepreneur* – aquele empresário empreendedor dono do seu próprio negócio²; e b) *intrapreneur* – aquele empreendedor que trabalha como funcionário em alguma empresa³.

Já Dolabela (1999) define o empreendedor como um *agente de mudanças, o motor da economia* ou, ainda, utilizando-se da definição de Fillion considerada mais abrangente, *a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões*.

Enfim, nessa evolução de conceitos, percebe-se que a formação de empreendedores, no entanto, é consequência fundamentalmente de indutores culturais, sociais, políticos, educacionais e motivações de um novo negócio em face de risco e incerteza, com o propósito de conseguir lucro e crescimento, através da identificação de oportunidades de mercado e do agrupamento dos recursos necessários para capitalizar sobre estas oportunidades.

3 - A IMPORTÂNCIA DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (PMEs)

Globalização e desemprego constituem-se em temas recorrentes e predominantes na agenda das principais lideranças de entidades governamentais e não-governamentais, envolvidas com a formulação de políticas que propiciem uma resposta objetiva a esta questão: como gerar ocupação econômica para a população em uma economia cuja dinâmica de crescimento está assentada na automação e, por conseguinte, na permanente e progressiva redução do emprego da mão-de-obra?

Em meio a tantas transformações as surgem então como uma tendência, pois por serem menores elas conseguem se reestruturar de forma mais rápida para atender às freqüentes oscilações do mercado.

Nos estudos sobre desemprego e crescimento econômico tem sido ressaltada a importância das PMEs como unidades geradoras de empregos e de renda para a população urbana, em geral, vistas como importantes absorvedoras de mão-de-obra e por isso imbuídas de uma espécie de missão social que as credenciam como alvo de políticas públicas de incentivos e tratamento legal privilegiado.

O segmento das pequenas e médias empresas é, unanimemente, considerado um dos pilares de sustentação da economia nacional, em função de seu número, abrangência e capilaridade.

Para Gracioso (1995) em todo o mundo desenvolvido existe a compreensão de que os empreendimentos de pequeno porte constituem a base da economia de mercado e do estado democrático.

Para a grande maioria dos estudiosos da importância e necessidade das PMEs, este tipo de empresa apresenta características semelhantes; podendo então diferenciar a intensidade em que estas características são vivenciadas pelas mesmas. As características encontradas com maior facilidade são:

² Esta primeira vertente tem um papel importante no desenvolvimento social e industrial de um país, principalmente no Brasil, onde a grande maioria das empresas é micro e pequena empresa.

³ A segunda vertente estuda o potencial empreendedor de cada empregado de uma organização, ao englobar toda uma filosofia de administração que apresenta prática para os empregadores desenvolverem o potencial empreendedor de seus funcionários, atuando como uma maneira de se desenvolver o potencial inovador da empresa e contribuindo para sua competitividade.

Tabela 1 - Semelhanças Típicas entre as PMEs

Gestão centralizada - na maioria das vezes sendo exercida pelo próprio empreendedor	Ausência de planejamento, principalmente em longo prazo.
Estrutura leve, sem complexidade - na maioria das vezes, não existe divisão de tarefas e os funcionários não são qualificados.	Integração relativamente forte na comunidade à qual pertencem os seus proprietários, empregados, concorrentes e fornecedores.
Estreito contato pessoal entre direção, funcionários, fornecedores e clientes, devido ao tamanho da empresa e da pouca formalidade existente.	Baixa utilização dos instrumentos de Marketing, Recursos Humanos e Informática.
Falta de força particular nas negociações entre comprador e vendedor – os pequenos e médios empresários não têm poder de barganha frente às negociações	Utilização acentuada de mão-de-obra familiar podendo ocasionar problemas de sucessão na empresa, pois este assunto, muitas vezes, não é discutido e a determinação do sucessor só é decidida após o afastamento do até então dirigente.

Fonte: Elaboração Própria.

Um dos principais desafios a serem superados pelas Pequenas e Médias Empresas (PME's) tem sido a necessidade de se tornarem mais flexíveis e adaptáveis às características do ambiente de negócios, obrigando as organizações a buscarem mecanismos mais adequados para a definição de estratégias empresariais assim como o estabelecimento de processos de trabalho e de gestão mais eficientes e eficazes. Surge então a necessidade deste segmento conhecer a formação de redes de negócios, a qual pode ser considerada como uma ação determinante para a geração de melhorias nas suas operações e contribuindo efetivamente para o alcance dos objetivos estabelecidos na estratégia adotada.

Programas de apoio às Pequenas e Médias Empresas (PMEs) são considerados como estratégicos para o desenvolvimento econômico não apenas nos países em desenvolvimento mas também nos países centrais. De fato, as pequenas empresas contribuem largamente, para impulsionar a economia, tanto como empregadores quanto como geradoras de renda local, fazendo com que os promotores do desenvolvimento local e a própria comunidade adotem uma visão empresarial.

Verifica-se que, apesar da reconhecida importância da pequena empresa na estrutura produtiva da economia, as ações governamentais voltadas a esse segmento ainda são bastante tímidas, apresentando resultados concretos muito restritos. No entanto, não se pode deixar de referir que, mais recentemente, as instituições de alguma maneira voltadas para as PEs, nomeadamente o SEBRAE, vêm privilegiando o apoio a projetos mais articulados e que sigam a orientação geral da política industrial (Souza *et al.*, 1998: 07).

As restrições ao crescimento das PMEs são muitas, passando por falta de apoio governamental, ausência de um sistema de crédito que atenda às necessidades do pequeno empresário, política governamental adaptada à pequena empresa e que assegure os direitos desta, até a falta de conhecimento e experiência empresarial e administrativa.

Ainda, segundo Maculan & Carleial (1998), foi somente a partir da atual década que a importância das pequenas empresas começou a ser reconhecida e enfatizada. Elementos institucionais mais favoráveis às pequenas empresas apareceram nos últimos anos com a multiplicação das redes de subcontratação provocada pelas pressões de competitividade, ou o apoio a um novo tipo de *entrepreneurship* mediante criação de incubadoras ou implantação de parques tecnológicos, apoio que resultou de algumas diretrizes inicialmente pouco sistematizadas dependendo do caso de cada país.

Nesse novo cenário, segundo Souza (1995) existem quatro modelos de trajetórias para a inserção das PMEs no Mercado:

1) **PMEs em mercados competitivos**, onde a estratégia competitiva e a flexibilidade associam-se a menores custos de mão de obra, portanto suas perspectivas de inserção são extremamente reduzidas. Apresentando-se um estado de acomodação de seus proprietários para a inovação de produtos, processos e mercados.

2) **PMEs independentes em estruturas de mercados dinâmicas**, onde seu desempenho está associado com às características dos empresários, portanto as perspectivas descansam em

encontrar novos "nichos" de mercado, os quais tecnologicamente estão diretamente ligadas com a amplitude do ciclo de vida dos produtos e às barreiras de entrada da inserção.

3) **Modelo Comunitário onde as PMEs entram ao mercado em forma de organizações coletivas as cooperativas**, o exemplo mais conhecido, são os chamados distritos especiais de especialização flexível, onde existem complementaridade com especialização entre as empresas.

4) **Modelo de Coordenação**, onde se incluem PMEs subcontratadas, fornecedoras, contratadoras de serviços eventuais, pequenas consultoras especializadas, revendedoras. Ou seja, todas as PMEs que interagem com as grandes empresas, fazendo parte da estratégia de estas e ficando de alguma forma baixo seu controle, existindo complementaridade com especialização entre empresas.

4 - A ARTICULAÇÃO DO BINÔMIO EMPREENDEDORISMO & PMEs

O próximo século estará repleto de um grande número de pequenas empresas. Pelo globo, pessoas de todos os países estão escolhendo sistemas econômicos ancorados em pequenos negócios altamente produtivos. Esta é a era do empreendedorismo. O ressurgimento do espírito empreendedor é um do movimento mais importantes da história recente da administração. Este empreendedor tem introduzido produtos e serviços inovadores, ampliado as fronteiras tecnológicas e criados novos empregos e aberto novos mercados globais (Zimmerer & Scarborough, 1994: 04).

No Brasil a grande maioria das empresas, de acordo com o Conselho Nacional da Indústria (CNI), são classificadas como micro ou pequenas empresas⁴. Micro e pequenas empresas podem ser constituídos por acionistas que não participam da gestão das mesmas, mas em geral, são constituídas por empreendedores. Tipicamente no Brasil, empreendedores são pessoas com pouco preparo gerencial e eventualmente até com baixo nível de instrução acadêmica. Daí surge a necessidade de capacitação.

É comum ver empresas formadas por um empreendedor tecnicamente preparado, mas sem habilidade gerencial, agravando a tendência de redução do ciclo ou tempo de vida da empresa. Há ainda, no Brasil, pouca atenção para a questão do treinamento e formação de empreendedores.

No entanto, o Brasil necessita de uma sociedade empreendedora, na qual a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos. Considerando que: (1) *não se nasce empreendedor e sim se torna empreendedor* através do convívio com pessoas empreendedoras, da permanência em locais que possibilitem ser e do exercício cotidiano; e (2) fatores culturais adversos quando associados à mobilidade social podem facilitar ou dificultar a manifestação e o desenvolvimento deste espírito empreendedor; vários estudiosos enfatizam a possibilidade de se aprender e se ensinar às pessoas a serem empreendedoras e, sobretudo, de se desenvolver se condições necessárias para que isto ocorra.

Ao contrário do que se observa nos países desenvolvidos, no Brasil ainda são poucos os esforços empreendidos para a formação de empreendedores por parte das universidades, do governo e de algumas entidades empresariais. E quando o são, quase sempre não passam de pacotes importados de países desenvolvidos, com modelos gerenciais e de tecnologia fora da realidade brasileira (Pereira, 1990).

Tabela 2 - **Ranking do Empreendedorismo no mundo**

⁴ Segundo dados do SEBRAE (2001), no período de 1990 a 1999 foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de empresas, dentre as quais 2,7 milhões microempresas. Somente no ano de 1999 foram constituídas 475.005 empresas, deste total 267.525 microempresas, representando um percentual de 56,32% do total de empresas constituídas nesse ano.

	<i>País</i>	<i>Taxa de Atividades Empreendedoras (%)</i>
1 ^o	Tailândia	18,9
2 ^o	Índia	15,7
3 ^o	Chile	14,5
7 ^o	Brasil	13,5
11 ^o	Estados Unidos	10,5
24 ^o	Alemanha	5,2
37 ^o	Japão	1,8

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor (2002).

Como pode ser observado na tabela 2, fator cultural e histórico tem uma importante definição no espírito empreendedor de cada país. O fato é que existe uma vocação muito forte para o empreendedorismo no Brasil, mas ao que parece ainda não se sabe muito bem como reduzir ou evitar que uma enorme quantidade de empresas feche as portas de maneira precoce.

Não existe, no entanto, uma fórmula que faça com que alguém se torne um empreendedor. Para Bernhoeft (1996), a criação de uma atividade própria é uma decisão de caráter pessoal, influenciada por uma série de fatores que tanto podem ser estimuladores como podem funcionar como inibidores.

Embora seja vasta a literatura a respeito da livre iniciativa que responsabiliza o lucro como fator motivador de qualquer negócio, o mesmo não se pode dizer com relação à motivação do empreendedor. Não é somente o lucro o principal agente motivador do empreendedor. Sua iniciativa é fundamentada em outros aspectos classificados como comportamentais e que envolvem inovação, criatividade, disposição para assumir riscos calculados, capacidade gerencial e de decisão, dentre outros.

Estudos indicam que muitos dos novos empreendimentos no Brasil não conseguem passar do primeiro ano de vida, tendo uma taxa de mortalidade alta⁵. Uma das principais causas desse insucesso, dentre as listadas na tabela 3, é o desconhecimento por parte do futuro empresário das qualidades necessárias ao bom desempenho de seu papel.

Tabela 3 - Fatores de Propulsão/Repulsão do Empreendimento

	<i>Criação da Empresa</i>	<i>Esperança de Vida da Empresa</i>
(+)	Empresar com maior tamanho	Experiência prévia
	Maior escolaridade do proprietário	Domínio da tecnologia
	Experiência em empresa de ramo similar	Ajuda financeira
	Disponibilidade de capital	Ajuda física ou técnica
	Apoio/ajuda profissional	Aconselhamento gerencial
	Boa concepção de negócio	Apoio do Círculo de Amigos/Família

⁵ Assim como na Bíblia, a frase, 'muitos são chamados, mas poucos são os escolhidos' se revela digna de autoridade para mostrar a vida dos empreendedores. Embora o potencial empreendedor possa ser desenvolvido por muitas pessoas, na prática o número de empresas que sobrevivem às turbulências de seus primeiros anos de existência é muito pequeno, percentualmente ao total de empresas criadas. O Cadastro Central de Empresas, divulgado pelo IBGE (2002), mostra que entre 1999 e 2000, para cada dez empresas que abriram no país, 6,5 fecharam. Em números absolutos: foram 710.258 nascimentos para 457.990 mortes de empresas. Conforme pesquisa do Sebrae (1999), realizada em alguns estados do Brasil, a taxa de mortalidade empresarial varia de cerca de 30 a 61% no primeiro ano de existência da empresa, de 40 a 68% no segundo ano, e de 55 a 73% no terceiro ano do empreendimento.

(-)	Empresas com tamanho pequeno	Recessão Econômica;
	Baixa escolaridade do proprietário;	Custo de localização industrial;
	Baixa Experiência como autônomo no ramo	Excesso de burocracia institucionalizada
	Falta de capital	Escassez de crédito e seu alto custo
	Falta de apoio profissional	Carência de informações sistematizadas
	Pouca preocupação com o cliente/Mercado	Canais de distribuição

Fonte: Elaboração Própria.

Mesmo assim, percebe-se facilmente a importância do empreendedorismo, subjacente às novas micro, pequenas e médias empresas e responsável pela geração de postos de trabalho e renda local, sem prejuízo da exploração de fatias do espaço econômico não-local (regional, nacional e, até mesmo, mundial). Os micro e pequenos negócios constituem hoje um fenômeno global, refletindo-se no Brasil, onde, no conjunto das empresas industriais, comerciais e de serviço.

Além das variáveis inerentes aos indivíduos, os valores de propulsão do empreendedorismo devem ser também induzidos na sociedade através de vetores exógenos a eles. Levar o surgimento de empreendedores através de agentes educacionais é um desses mecanismos institucionais. Neste sentido, cursos de formação profissional que incluam disciplinas e mecanismos de aprendizagem de estímulo à formação de empreendedores, podem se transformar em importantes agentes indutores.

Nesse ambiente dinâmico, como fenômeno endógeno e emergente, o desenvolvimento local deve privilegiar o empreendedorismo e as micro, pequenas e médias empresas locais como fontes de geração de empregos, além da promoção de parcerias mobilizadoras de energias e recursos.

O ambiente favorável ao *empreendedorismo* e aos empresários inovadores, vontade comunitária de implementação, rede de negócios, instituições locais, organismos de suporte, capital inicial, capital de risco são os aceleradores necessários para multiplicar as iniciativas e assegurar a sua perenidade. Os exemplos de comunidades que souberam incubar o desenvolvimento, baseadas no *empreendedorismo*, nas PME e nas instituições locais existem em diversos países, como no caso Indiano que tende a se tornar um marco referencial no início deste novo século.

4.1 - FATORES ESTRATÉGICOS PARA O EMPREENDEDORISMO ALAVANCAR AS PMES

É possível retratar a dinâmica do Sistema Nacional de Inovação em diversos países através de dois conjuntos de interações que têm forte ancoragem regional: a) a formação de redes de subcontratação que incentivam o surgimento de pequenas e médias empresas; b) a consolidação de pequenas e médias empresas; e finalmente, c) a criação de incubadoras que possibilitam a instalação de microempresas de base tecnológica.

A formação de redes de subcontratação, ao longo da década de 90, demonstrou uma faceta perversa à medida que não criou um novo contingente de emprego, mas apenas engendrou transferência de empregados de um setor para outro. Portanto retrata um mecanismo arcaico de empreender à la Say, que entretanto ao invés de transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada, simplesmente se revelou como um ajuste através do corte de custos e *downsizing* para as grandes empresas.

Na verdade, para sobreviver em um ambiente globalizado e competitivo, os empreendedores de micro e pequenas empresas precisam adotar estratégias e alternativas eficazes. Entre as estratégias, a formação de alianças empresariais, a exemplo de rede de empresas⁶, tem sido uma alternativa adotada pelas empresas para ganharem maior competitividade. Os principais benefícios

⁶ Com a união de empresas através da formação de redes empresariais com objetivos comuns, as empresas podem alcançar vantagens competitivas oriundas deste tipo de organização. Pela escala dos negócios conseguem a redução de custos e pela sua formação (várias empresas pequenas) conseguem manter a flexibilidade e a agilidade. A formação desta aliança permite, para as empresas participantes, a diminuição dos riscos e ganhos com a sinergia. Neste caso, as redes de empresas, apesar de serem menores do que uma grande empresa, conseguem ser competitivas através da prática de uma boa relação entre flexibilidade e custo.

obtidos através da rede são as ações de marketing e os principais objetivos das empresas, ao ingressar na rede, são reduzir os custos e aumentar o poder de negociação com fornecedores.

O lugar do trabalhador empreendedor e da sua outra face, a rede de micro-empresendedores enquanto forma de cooperação e organização empresarial está ligado a capacidade de serem enfrentados os condicionamentos atuais da crise do modo de produção. O que significa que as redes de microempresas devem ter estreita conexão com o ambiente social e institucional.

Tabela 4 - Razões para a formação de alianças

Exploração de economias de escala
Baixo custo de entrada em novos mercados
Baixo custo de entrada em novos segmentos de negócios
Aprendizagem com os concorrentes
Gerenciamento dos custos e compartilhamento dos riscos

Fonte: Elaboração Própria.

As empresas de pequeno porte, organizadas em sistemas de produção do tipo distritos industriais tem chamado a atenção de analistas em virtude de possibilitarem o crescimento do produto e possuírem um elevado potencial de geração de emprego. As empresas de pequeno porte que funcionam em organizações do tipo distritos industriais⁷ conseguem vantagens do tipo: economias de escala, uso de tecnologia, inserção no mercado.

As incubadoras de empresas representam uma outra eficaz maneira existente para se apoiar às micro e pequena empresas nesta tarefa. Seus resultados podem ser comprovados pelo fato de que 80% das empresas apoiadas por incubadoras obtém sucesso mesmo após os cinco anos iniciais (Muritiba *et al.*, 2003).

Nesse sentido, também o Governo Federal brasileiro criou o Programa Brasil Empreendedor em 1998, visando não só auxiliar o segmento das PMEs como o de treinar e qualificar futuros novos empreendedores, para que estes não se inserissem no mercado sem um bom planejamento prévio da sua empresa, para no futuro tornar-se mais um empreendedor mal sucedido e fosse obrigado encerrar suas atividades.

5 - À GUIA DE ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES

As mudanças econômicas ocorridas no cenário mundial a partir da década de 70 inauguraram a transição para um novo sistema de produção baseado no tripé flexibilidade produtiva, conhecimento e informalização da economia. Essa nova ordem emergente geralmente denominada de pós-fordismo se caracteriza por um modo de produção cada vez mais individualizado e flexibilizado, estilos de consumo diferenciados em função da introdução de novas tecnologias no processo de produção e do desenvolvimento de uma demanda cada vez mais segmentada.

Essas mudanças demonstram uma nova realidade do mercado de trabalho: o aumento atual da produtividade das empresas não implica necessariamente na contratação de um maior número de trabalhadores. Ademais, verifica-se que o desemprego cresce mundialmente com uma diminuição da participação do setor formal nas economias e demonstrando um expressivo crescimento do setor informal. Esse cenário aponta, portanto, para uma transformação das relações de trabalho tanto no Brasil como no mundo, colocando na ordem do dia as questões relativas ao combate do desemprego.

Assim, torna-se necessário descobrir alternativas no sentido de lidar com essa realidade, pois o desemprego parece resultar de uma modificação estrutural das condições da empregabilidade. Com essa intenção, o empreendedorismo se coloca como um dos possíveis caminhos a serem seguidos no seu combate. Trata-se da possibilidade que pessoas possuem de iniciar o seu próprio negócio.

Essa situação tem recolocado o debate acerca das pequenas e médias empresas (PMEs) enquanto opção para enfrentar a questão do desemprego. Percebe-se que esses pequenos negócios

⁷ Os distritos industriais são caracterizados pela aglomeração espacial e setorial de pequenas e médias empresas que estabelecem um sistema de troca de informações e cooperação entre si devido à existência de valores e costumes comuns que propiciam a confiança mútua.

possuem especificidades que os tornam capazes de enfrentar as condições adversas das economias modernas, pois apresentam as dimensões de flexibilidade e complementaridade com as grandes empresas, o que as capacitam a responder com maior rapidez as demandas flutuantes do mercado globalizado (Villela, 1994). Há inclusive previsões de que “quanto maior e mais aberta se tornar a economia mundial, maior será o domínio das empresas pequenas e de porte médio” (Naisbitt, 1994).

Quanto mais interligada se tornar a economia mundial, e quanto maior for o alcance econômico das empresas de grande porte, mais vulneráveis serão suas economias ao colapso econômico global. As PMEs, quando dinâmicas e flexíveis, ajudam nesses momentos de crise, como um colchão amortecedor absorvendo os choques que poderiam, de outra maneira, causar danos consideráveis à economia de cada país.

Assim, ao subconjunto de PMEs, flexibilidade e estratégia competitiva associam-se a menores custos de mão-de-obra. Vistas, em determinadas circunstâncias, como tendo um papel importante para evitar que um grande contingente de trabalhadores chegue ao desemprego são admitidas como um mal necessário ou como um grande potencial em termos de emprego, merecendo apoio e subsídios para que possam sobreviver.

Dessa forma, verifica-se que as micro e pequenas empresas têm um papel crucial através da influência no número de estabelecimentos e postos de trabalho gerados nos diferentes setores da economia brasileira, tornando-se praticamente o único segmento a apresentar variação líquida positiva no número de postos de trabalho em períodos de recessão. Porém, observa-se que os esforços destinados a esse segmento ainda são insuficientes, ou mal articulados, pois ainda ocorrem altas taxas de mortalidade dos estabelecimentos deste porte.

Como verificado, o fortalecimento das PMEs e a criação de novas firmas não são somente uma saída para o desemprego, senão também uma alternativa de longo prazo para dinamizar as estruturas produtivas locais sobre a base do desenvolvimento e fortalecimento das capacidades endógenas. Estimular o empreendedorismo para aumentar a taxa de criação de novas firmas contribuiria ademais para a diminuição da concentração econômica e para uma distribuição mais eqüitativa do produto produzido.

6 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AZEVEDO, J. H. **Manual de iniciação empresarial**. Brasília: SEBRAE, 1987.
- CORREIA, V. A. “Novos Empreendimentos: Uma Nova Conceção no Processo de Formação de Novos Empreendedores”. **Revista Brasileira de Administração Contemporânea**, vol. 1, nº 3. Rio de Janeiro: ANPAD, 1995.
- CUNHA, R.V. “Migração do Emprego”. **Revista Você S.A.**, abril. São Paulo: Editora Abril, 2002.
- DEGEN, R. **O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.
- DRUCKER, P.F **Innovation and Entrepreneurship**. London: Heinemann, 1985.
- GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report 2002**. Babson Park, USA: GEM, 2002. Disponível em <www.sebrae.org.br>.
- GRACIOSO, F. **Grandes sucessos da pequena empresa**. Edição SEBRAE, 1995.
- HALLORAN, J. W. **The Entrepreneur's Guide to Starting a Successful Business**. New Jersey: McGraw Hill, 1992.
- LONGEN, M.T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil empreendedor**. Tese de mestrado. Florianópolis: UFSC, 1997.
- MACULAN, A. & CARLEIAL, L. “Pequenas empresas, Aprendizado e sistemas nacional e regional de inovação”. **Anais do III Seminário da Rede de PMEs Mercosul**. Campinas: Ie/Unicamp, 1998.
- MURITIBA, S. N.; OLIVEIRA, P. M.; STRUMIELO, L. D. & SANTOS, S. A. “A importância da pequena e micro empresa no desenvolvimento social: o caso da Faculdade Adventista Paranaense atuando como incubadora de empresas”. **Anais do VI SEMEAD**. São Paulo: Fea/Usps, 2003.
- NAISBITT, J. “Agora, pense tribalmente e aja universalmente”. **Mercado Global**, ano XXI, 2º trimestre, 1994.
- OLIVEIRA, M. A. **Valeu! Passos na trajetória de um empreendedor**. São Paulo: Nobel, 1995.
- PENROSE, E. **The Theory of the Growth of the Firm**. Oxford: Basil & Blackwell, 1959.
- PEREIRA, H. J. (coord.) **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Brasília: SEBRAE, 1995.

- SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. New York: Oxford University Press, 1934.
- SOUZA, M. C. A. F. **Pequenas e Médias Empresas na Restruturação Industrial**.. Brasília: Sebrae, 1995.
- _____.; GARCIA, R. C. & GORAYEB, D. S. "Quadro Institucional voltado para as Pequenas Empresas Brasileiras". **Anais do III Seminário da Rede de PMEs Mercosul**. Campinas: Ie/Unicamp, 1998.
- VILLELA, A. "As micro, pequenas e médias empresas". **Textos para discussão**, junho. Rio de Janeiro: BNDES, 1994.
- ZIMMERER, T. W. & SCARBOROUGH, N. M. **Essentials of Small Business Management**. New York: Macmilan College Publishing Co., 1994.