

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CENÁRIO DO DESENVOLVIMENTO CONTEMPORÂNEO

*Neusa Maria Perius**
*Milton Luiz Wittmann***

Resumo

As micro e pequenas empresas caracterizam-se pela importância no desenvolvimento regional, fator que eleva a sua importância no desenvolvimento econômico-social brasileiro, uma vez que são responsáveis por grande parte da arrecadação de tributos e geração de empregos. São empresas que sofreram grandes impactos com a abertura das fronteiras comerciais, ou seja, a globalização, mas que por outro lado tiveram maior flexibilidade para se adaptar às novas situações de mercado. Entretanto, o problema do grande índice de mortalidade de micro e pequenas empresas está muito presente no Brasil, seja em função da falta de incentivos governamentais ou em função do pouco preparo dos pequenos e microempresários, tanto em termos administrativos como em aliarem-se em redes de cooperação através do compartilhamento de recursos e investimentos.

Palavras-chave: microempresa, pequenas empresas, globalização, desenvolvimento regional, competitividade.

Abstract

The micro and small company are a very important segment for the regional development and for the Brazilian economic-social development, they are responsible for great part of the collection of tributes and jobs' generation. They are companies who had suffered great impacts with the commercial borders opening or either the globalization, but that on the other hand it has greater flexibility to customize the new situations of the market. The problem of the great index of mortality of micro and small companies is very present in Brazil, either in function of the lack of governmental incentives or in function of the little small knowledgement of our micro entrepreneurs in the other hand, there are new alternatives of competitiveness such as cooperation networks, alliance and clusters.

* Mestre em Desenvolvimento Regional – UNISC – Santa Cruz do Sul.

** Doutor em Administração, Prof. Mestrado em desenvolvimento regional – UNISC, Prof. Curso de Administração de Empresas – UFSM.

Keywords: micro company, small company, globalization, regional development, competitiveness.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem por objetivo analisar o comportamento das micro e pequenas empresas (MPEs) dentro de uma economia globalizada, onde a competitividade empresarial é posta em xeque a cada dia.

A nova concepção de mercado, criada em escala mundial, tornou difícil a tarefa de adequar as MPEs a esta nova realidade modificada pela introdução de tecnologias avançadas e pelo processamento das informações de forma cada vez mais acelerada.

Segundo o Programa Brasil Empreendedor do dia 05 de outubro de 1999, entende-se por microempresa a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 244.000,00. A empresa de pequeno porte é entendida como a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que, não enquadrada como microempresa, tiver receita bruta anual superior a R\$ 244.000,00 e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00.

De acordo com Gonçalves e Koprowski (1995), as micro e pequenas empresas constituem 98% do total de empresas existentes em nosso país, respondendo por quase metade da produção total, 60% do emprego no setor privado e 42% dos salários pagos aos trabalhadores brasileiros. Esses são números impressionantes, que remetem à necessidade de um novo tratamento estratégico para tal segmento econômico, por parte de todos os que têm algum grau de compromisso com seu conhecimento, consolidação e expansão.

Este artigo apresenta-se dividido em seis etapas para uma melhor compreensão por parte do leitor de cada um dos temas abordados. Expõe-se da seguinte forma: 1 Introdução; 2 Influências da globalização na competitividade; 3 Competitividade de micro e pequenas empresas; 4 Formas alternativas de obter mais competitividade; 5 A problemática da mortalidade das micro e pequenas empresas; 6 Conclusões Finais.

2 INFLUÊNCIAS DA GLOBALIZAÇÃO NA COMPETITIVIDADE

Competitividade é uma palavra que vem acompanhando a economia ao longo da história, com mais ou menos ênfase nas distintas épocas, mas é na atualidade que ela recebe mais destaque. Empresas estão constantemente à procura de vantagens competitivas assim como os países procuram alicerçar-se em estratégias que os coloquem em situações privilegiadas de competitividade, principalmente nesta era da globalização.

Como as empresas necessitam adequar-se a esta globalização, também os governos

e países devem inserir-se neste contexto. Entretanto, os países subdesenvolvidos encontram tais dificuldades para adequar-se ao sistema, que, na maioria dos casos, não dominam as tecnologias de ponta e são, por isso, obrigados a se submeter aos países desenvolvidos. Esta dependência lhes gera déficit na balança comercial, restringindo a competitividade e desenvolvimento econômico.

Para suprir, pelo menos em parte, esta dependência e ganhar projeção e competitividade no cenário internacional, estes países recorrem a alianças tais como o Mercosul. Por outro lado os países do primeiro mundo também formam alianças entre si justamente para atingirem maior domínio e opor-se às alianças dos países terceiro mundistas, a exemplo do Mercado Comum Europeu.

Outro problema que a globalização trouxe, principalmente para os países subdesenvolvidos, foi a exclusão social, que pode ser entendida como sinônimo de exclusão do mercado de trabalho. A corrida por tecnologia cada vez mais avançada e a busca pela competitividade faz com que ocorra o interesse pela redução de custos, ocasionando a redução do número de postos de trabalho.

Drucker (1996) fala em economia mundial, fazendo as seguintes observações:

A economia mundial tornou-se demasiado importante para que um país não tenha uma política econômica mundial. O comércio administrativo é uma ilusão de grandeza. O protecionismo só pode prejudicar. Mas não ser protecionista não basta. O que é necessário é ter uma política deliberada e ativa, na verdade agressiva, que dê à economia externa, às suas demandas, oportunidades e dinâmicas, prioridade sobre as demandas e problemas da economia doméstica (p. 107).

Para Vigevani (1998), exclusão e globalização estão inter-relacionadas, mas não de maneira unilinear. Ele entende que há tanto oportunidades quanto desvantagens. Defende o referido autor que o desafio é a construção de instituições, seguramente tanto em níveis regional e nacional, que possam universalizar os benefícios potenciais da integração global a assentá-la na integração social.

Observa-se, como consequência da exclusão social, o crescente aumento do subemprego e da informalização, como uma maneira dos excluídos do mercado de trabalho e de consumo *sobreviverem*, já que não podem *viver com dignidade*.

Cabe aqui descrever as principais características da globalização conforme os apontamentos de Podestà (1998):

- é um processo expansivo que, no campo econômico, vem limitando drasticamente as opções de política dos Estados;
- conta com o aparecimento ou com o acréscimo de grandes unidades econômicas que concentram poder cada vez maior, sendo em grande parte, incontroláveis;
- está impulsionada, sobretudo, pelo comércio, apesar de vir acompanhada de

- mudanças tecnológicas radicais, em especial no campo da telemática;
- como processo, está acentuando a polarização social entre os países, apesar de, ao mesmo tempo, permitir que alguns deles, em grupo numericamente menor, dinamizem sua economia, aumentando sua riqueza;
- no interior dos países, a globalização tende a ser socioeconomicamente excludente;
- trouxe consigo o aparecimento de uma espécie de apartheid tecnológico, apreciável inclusive nos países desenvolvidos;
- não é um processo tão absolutista nem incontestável quanto se pensava em 1990, quando diversos autores expuseram as primeiras teses sobre ele (p. 293).

Kessler (1998) lembra que no Brasil a globalização tornou-se uma realidade a partir da abertura da economia no Governo Collor. Antes disso o mercado brasileiro estava protegido da globalização, da concorrência e competição de empresas estrangeiras. Com a abertura, as empresas brasileiras se viram diante de riscos de sua competitividade e houve a necessidade de mudanças estratégicas para não sucumbir. As questões ligadas à qualidade de produtos e de atendimento, aliada a custos e preços reduzidos, tornaram-se ferramentas-chave para a sobrevivência das empresas.

Mas, segundo Lettieri (1998), a novidade da globalização não está na abertura progressiva dos mercados, mas na sua extraordinária aceleração. O tempo é um fator determinante.

Avaliar a competitividade requer aprofundar o estudo das vantagens competitivas que estão vinculadas ao produto, processo de produção, vendas, mercado, relações com os fornecedores, clientes e concorrentes, políticas de governo, entre outras.

De acordo com Ferraz, Kupfer e Haguenaer (1995), cada empresa é parte integrante de um sistema, que favorece ou restringe seu potencial, de modo que sua competitividade não depende só das condições internas da empresa. Cada empresa integra um sistema que favorece ou restringe a sua capacidade competitiva, de modo que o desempenho alcançado, as estratégias praticadas e a capacitação acumulada não dependem somente de condutas adotadas por elas. A análise deve levar em conta os processos internos e as condições econômicas gerais onde a empresa está situada.

Ferraz et al (1995), relatam que às empresas competem as atividades de gestão, inovação, produção e recursos humanos. Para se obter um determinado desempenho competitivo, em um momento específico, elas necessitam elaborar e reestruturar constantemente suas estratégias de atuação a fim de capacitar-se acumulativamente. Para tanto, as estratégias podem assumir duas formas distintas: a) agressivas-inovativas – quando dominam o ritmo do mercado, ou b) passivas imitativas – buscam imitar as inovações da concorrência. Mas acima de tudo as estratégias devem ser factíveis e economicamente atrativas.

Em relação aos fatores estruturais, são os que sofrem parcialmente a influência da empresa. Mercado, configuração da indústria, regime de incentivos e regulação da

concorrência constituem fatores estruturais igualmente decisivos para a competitividade.

Há também os fatores sistêmicos, de origem macroeconômicos, político-institucionais, legal-regulatórios, de infra-estrutura, sociais e internacionais, sobre os quais a empresa não exerce nenhum poder, a fim de modificá-los em seu benefício.

A competitividade não é local ou regional, é mundial. Temos que ter consciência de que nossos concorrentes não estão na nossa rua, cidade ou país. Eles estão espalhados em todo mundo. Produtos de muitos países lutam por espaço nas prateleiras de grandes varejistas e compradores. Para melhor compreensão destes fatos é apenas necessário olhar a nossa volta e analisar a procedência dos produtos que nos cercam. Portanto, “com raríssimas exceções, as empresas, sejam elas de qualquer dimensão ou setor, encontram-se competindo num mercado internacionalizado” (CASAROTTO e PIRES. 1998, p. 3).

A pressão dos tempos atuais requer que as empresas convivam com a diversidade e sejam dinâmicas e abertas para o mercado. As empresas precisam ter um foco de atuação e se diferenciar nisso. É fundamental localizar as necessidades do consumidor e satisfazê-lo de uma maneira mais eficiente que a concorrência. Ser competitivo requer estratégias, qualidade e inovação. Cada empresa possui características únicas que devem ser usadas como diferencial competitivo.

Cada empresa tem a necessidade de estar preparada estrategicamente para o mercado globalizado. Porter (1999-a) enfatiza que a estratégia é vista como a construção de defesas contra as forças competitivas ou como a descoberta de posições no setor onde as forças são mais fracas. O conhecimento das capacidades da empresa e das causas das forças competitivas realçará as áreas em que deve enfrentar ou evitar a competição.

Os gerentes de empresas têm atribuído muita importância à definição do negócio como um passo crucial na formulação da estratégia. Theodore Levite, citado em Porter (1999-a), sustentou enfaticamente a necessidade de evitar a miopia de uma definição estreita do setor orientado para o produto. Há a importância de olhar para além do produto e focalizar a função na definição do negócio, de transpor as fronteiras nacionais, perquirir o potencial da concorrência internacional e de ultrapassar os escalões dos concorrentes de hoje, para chegar àqueles que, talvez, se transformem nos concorrentes de amanhã. Como resultado dessas premissas, a definição adequada do setor ou dos setores de atuação de uma empresa se tornou objeto de um debate sem fim.

Porter (1999-a) lembra que o desempenho de qualquer empresa num determinado ramo de atividade depende do desempenho médio de todos os concorrentes e do desempenho relativo da empresa no setor.

Para Heemann (2000):

conceitos como qualidade, produtividade, reengenharia, downsing, fusões, planejamento estratégico não geram competitividade. Elas são condições intrínsecas para a empresa se manter no mercado. Não se admite mais, por exemplo, que uma empresa que queira se manter no mercado não tenha qualidade nos seus produtos e serviços.

As empresas precisam ter um foco de atuação e se diferenciar nisso. Há necessidade de localizar as necessidades do consumidor e satisfazê-lo de uma maneira mais eficiente que a concorrência. Ser competitivo requer estratégias, qualidade e inovação. Cada empresa possui características únicas que devem ser usadas como referencial competitivo (p.26).

Quando fala em competitividade no patamar da globalização Carr (1997) diz que a geração e o uso do saber serão a chave da sobrevivência em um número cada vez maior de empresas, mas a chave do êxito será a geração e o uso do saber criativo.

Assim como as grandes organizações, além de procurar o seu nicho de mercado, as micro e pequenas empresas terão que ser inovadoras e competentes. Elas terão que estar afinadas com as tendências do futuro, que podem determinar seu sucesso ou fracasso.

3 COMPETITIVIDADE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Sendo a competitividade o principal fator propulsor do desenvolvimento ou fracasso das empresas na era da globalização, vale ressaltar a sua importância para as micro e pequenas empresas.

As micro e pequenas empresas vem ganhando maior valorização por parte de analistas econômicos devido a seu potencial de geração de renda e de emprego. Os pequenos empreendimentos se espalham em alta velocidade, sendo hoje um dos mais importantes segmentos da economia. Na maioria dos setores tradicionais da economia, um grande número de pequenos produtores é responsável por parte significativa da produção total. Portanto, buscar a competitividade deste segmento requer, de certa forma, estudar as tendências do mercado.

Para que se tornem competitivas em nível mundial, as micro e pequenas empresas terão que ser inovadoras e competentes e buscar com grande ênfase o seu nicho de mercado. Elas terão que estar afinadas com as tendências do futuro, que podem decidir seu sucesso ou fracasso, seu desenvolvimento ou sua extinção.

A globalização da economia, das informações e do mercado, não mais perdoa decisões tardias, e muito menos equivocadas. É extremamente importante que as empresas desenvolvam altos níveis de eficiência e eficácia. Oportunidades de negócios terão que ser vislumbradas, estratégias transformadoras devem ser adotadas para manter os demandantes fiéis e novos nichos de mercado devem ser buscados para a expansão dos empreendimentos.

Nesse sentido, para que as micro e pequenas empresas consigam ter êxito no fator competitividade é fundamental a presença de profissionais competentes, que sejam ágeis e eficazes na tomada de decisões.

Portanto, há maior probabilidade de desenvolvimento para as empresas de

pequeno porte que estiverem alicerçadas sobre bases tecnológicas e capital humano intelectual qualificado, a fim de conduzir suas decisões de forma continuada e sustentável no sentido de se tornarem mais competitivas e inovadoras, colocando sempre em evidência o cliente. Dessa forma garantirão a liderança em seus segmentos de atuação avançando cada vez mais para o domínio definitivo dos seus mercados.

4 FORMAS ALTERNATIVAS DE OBTER MAIS COMPETITIVIDADE

Na busca de alternativas que elevem as vantagens competitivas, pode-se perceber um impressionante crescimento de parcerias entre empresas. Estas parcerias têm como um dos seus objetivos atender o consumidor que está cada vez mais exigente, devido a abertura de fronteiras que levam ao seu alcance uma maior diversidade de ofertas no mercado.

Casarotto Fl. e Pires (1998) lembram que sem dúvida, a não ser que a pequena empresa tenha um bom nicho de mercado global, dificilmente terá alcance globalizado se continuar atuando de forma individual. Mas mesmo que ela tenha um mercado global, não está livre de, a qualquer momento, ser atropelada por uma empresa do exterior, em seu tradicional mercado.

Pode-se observar na prateleira de qualquer supermercado a exposição de produtos de vários países competindo de igual para igual com produtos nacionais e, nesta guerra, acaba conquistando o cliente aquele que lhe oferecer maior custo-benefício. É importante o desenvolvimento de estratégias competitivas para se defender de concorrentes de qualquer parte do mundo.

Estas estratégias podem alicerçar-se em redes de empresas. Gabrio Casadei Lucchi, citado por Casarotto Fl e Pires (1998), diz que a pequena empresa, operando de modo individualizado, não poderá mais servir como um modelo empresarial para o futuro. Ela deve, além de manter os fatores de sucesso experimentados até agora, investir em velocidade e responsividade, inserindo-se em redes relacionais.

De acordo com os mesmos autores, pequenas empresas normalmente são mais ágeis e flexíveis do que grandes empresas. Se elas puderem agregar vantagens de grandes empresas em função da logística, marca ou tecnologia, elas terão grandes chances de competição.

Um exemplo concreto de redes de empresas, conhecido internacionalmente, e que foi citado pelos autores é o da região italiana de Emilia Romagna. Naquela região, organizações associativas de pequenas empresas têm demonstrado que a pequena empresa pode continuar pequena e adquirir maior competitividade.

Estes consórcios, como ocorre no caso mencionado, simulam a administração de uma grande empresa, mas têm mais flexibilidade de atendimento a pedidos diferenciados.

Várias empresas podem produzir parte de um equipamento, que é comercializado, divulgado e assistido por um consórcio.

Tecnicamente a base das redes é uma só: juntar esforços em funções em que se necessita de uma escala maior para a viabilidade competitiva. Neste tipo de parceria é fundamental que as empresas colaborem entre si, e não se comportem como concorrentes, mas sim como irmãos, que estão na busca do mesmo objetivo.

Amato Neto (2001, p. 42) afirma que a cooperação interempresarial pode viabilizar o atendimento de uma série de necessidades das empresas, necessidades essas que seriam de difícil satisfação nos casos em que as empresas atuam isoladamente. Entre essas necessidades destacam-se:

- combinar competências e utilizar know-how de outras empresas;
- dividir o ônus de realizar pesquisas tecnológicas, compartilhando o desenvolvimento e os conhecimentos adquiridos.
- partilhar riscos e custos de explorar novas oportunidades, realizando experiências em conjunto;
- oferecer uma linha de produtos de qualidade superior e mais diversificada.
- exercer uma pressão maior no mercado, aumentando a força competitiva em benefício do cliente;
- compartilhar recursos, com especial destaque aos que estão sendo subutilizados;
- fortalecer o poder de compra;
- obter mais força, para atuar nos mercados internacionais.

Conforme Casarotto Fl. e Pires (1998), a formação de consórcios não acontece repentinamente. Segundo estes autores, a questão cultural é altamente relevante e sua concretização está fortemente ligada aos modelos de desenvolvimento regional, especialmente ao tipo de ação exercido pelas associações patronais de pequenas empresas.

As redes, todavia, podem estar associadas a *clusters*. Teoricamente, mercados internacionais mais abertos, transportes e comunicações mais velozes deveriam diminuir a importância, para a competição, da localização geográfica das empresas. Afinal, tudo pode ser eficientemente comprado a distância. Para Porter (1999-b), estas afirmações estão completamente equivocadas. Ele defende a idéia de que, em uma economia globalizada, muitas vantagens competitivas dependem de fatores locais; por isso ganham importância as concentrações geográficas das empresas. O autor aposta na formação de *clusters* (grupos, agrupamentos ou aglomerados) que são concentrações geográficas de empresas de determinado setor de atividade e organizações correlatas, de fornecedores de insumos a instituições de ensino e clientes. Como exemplo brasileiro de *cluster* pode-se citar o caso dos fabricantes de cristais ao redor de Blumenau (SC).

Conforme Porter (1999-b), “as vantagens competitivas duradouras em uma economia globalizada dependem cada vez mais de fatores locais – conhecimento, relacionamentos, motivação etc. – com os quais os concorrentes geograficamente

distantes não conseguem competir” (p.102).

O referido autor observa ainda que:

os *clusters* afetam a competitividade dentro e fora das fronteiras nacionais. Por isso, eles criam novas prioridades para os executivos de todas as empresas, e não somente para os das que concorrem internacionalmente. Representam também uma nova forma de encarar a localização geográfica, desafiando muito do conhecimento acumulado sobre como as empresas devem ser formadas, de que forma as instituições como as universidades podem contribuir para o sucesso competitivo e sobre como os governos podem promover o desenvolvimento econômico e a prosperidade (p.103).

Nos *clusters* a concorrência convive com a cooperação, pois as duas ocorrem em dimensões diferentes e entre participantes distintos. Os *clusters*, assim como as redes, alianças e parcerias, são uma forma alternativa de organização da cadeia de valor, mas com a vantagem de não impor às empresas as características de inflexibilidade da integração vertical ou os desafios de criar e manter associações formais.

Segundo Porter (1999-b) a concorrência moderna depende da produtividade, não do acesso a insumos ou da economia de escala de empreendimentos isolados. A produtividade, por sua vez, depende de como as empresas concorrem, não de campos em que concorrem. Esta produtividade requer que as empresas empreguem métodos sofisticados, utilizem tecnologia avançada e ofereçam produtos e serviços diferenciados. O autor enfatiza a influência positiva dos *clusters* na capacidade de competição de três maneiras:

- aumentando a produtividade das empresas sediadas na região;
- indicando a direção e o ritmo da inovação, que sustentam o futuro crescimento da produtividade;
- estimando a formação de novas empresas, o que expande e reforça o próprio *cluster*.

Os *clusters* podem ser uma boa alternativa para países pobres e em desenvolvimento, uma vez que estes têm o poder de promover o desenvolvimento regional. No entanto, para que ocorra a formação de *clusters* nestes países, é fundamental que as políticas governamentais, no início do desenvolvimento econômico, expandam o comércio interno entre cidades e estados e com países vizinhos, ao invés de se voltarem para mercados desenvolvidos, onde comercializam principalmente commodities e bens sensíveis ao custo da mão-de-obra (Porter-b, p. 105, 1999).

Além destas alternativas La Rovere (2001) cita ainda a formação de alianças estratégicas onde as pequenas empresas se associam a uma firma com uma marca consolidada no mercado. O estabelecimento de laços de cooperação permite a essas

empresas o acesso a novos mercados com o desenvolvimento de escalas de produção, práticas de padronização e certificação de qualidade, que por sua vez podem estimular a adoção de novas técnicas organizacionais que impulsionem a competitividade das empresas.

5 A PROBLEMÁTICA DA MORTALIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.

O desenvolvimento regional depende de vários fatores, sejam eles sociais, culturais, políticos ou econômicos. Neste cenário a importância das micro e pequenas empresas é significativa devido ao grande número de empresas deste porte dentro das economias regionais, pelo número de postos de trabalho e pelo grande percentual da arrecadação de tributos.

Apesar de surgirem inúmeras empresas novas deste porte a cada ano, paralelo a isto também um grande número destas empresas fecham suas portas a cada ano, acarretando em grandes prejuízos para o empreendedor como também para a sociedade de forma geral, pois com a extinção destas extinguem-se também postos de trabalho e cai a arrecadação de impostos. Além disto, geralmente, o capital investido se transforma em prejuízos e dificilmente retorna às mãos do investidor.

Mesmo considerando a grande representatividade no contexto nacional, segundo o SEBRAE, conforme dados citados por Ramos (1995), 80% das pequenas e microempresas abertas anualmente no Brasil, fecham suas portas antes de completar um ano de existência. Apesar disso, Heemann (2000) observa que este fechamento ou insolvência não repercute nos ouvidos das comunidades, porque o reflexo da sucumbência é ínfimo se compararmos com o fechamento/insolvência de uma empresa de grande porte.

Buscar alternativas para evitar a extinção da micro e pequena empresa torna-se vital, pois esta problemática vem-se agravando nos últimos anos, provocando grandes preocupações no âmbito social e econômico. Vale lembrar que a maioria das empresas deste porte é fundada por ex-funcionários de grandes empresas, as quais reduziram seu número de empregados em nome da competitividade, acontecimentos estes cada vez mais corriqueiros no atual panorama do mercado. Portanto, as micro e pequenas empresas são uma alternativa para reduzir o número de desempregados. Mas por outro lado estes ex-funcionários de grandes empresas muitas vezes investem todas as suas reservas de capital nestes empreendimentos sem antes fazer um projeto de mercado para analisar a viabilidade do mesmo. Além disto as pequenas empresas aparecem como parte integrante e fundamental para as grandes empresas através da terceirização.

Solomon (1986) diz que desde os dias em que o armazém de secos e molhados do interior era a principal fonte de suprimentos e, muitas vezes a única fonte de crédito,

a pequena empresa tem sido um elemento vital da economia e vida da pequena cidade. Mesmo em cidades cujo tamanho permita a instalação de grandes empresas, elas existem ao lado de lojas de ferragens, farmácias, mercearias, cafés, bares, revendedores de automóveis, prestadores de serviços e outros tipos de pequenos negócios, que no conjunto melhor se integram para dar solidez à comunidade e à economia local.

Levando em conta a representatividade e a importância das micro e pequenas empresas para a economia, torna-se evidente que o desaparecimento destas empresas gera graves impactos sociais e econômicos às micro regiões, pois muitas delas dependem exclusivamente de empresas deste porte. Portanto o Desenvolvimento Regional passa obrigatoriamente por este segmento empresarial, e por isso deve avaliar as causas que levam à extinção destas empresas, para de alguma forma, tentar evitá-la.

É evidente que fatores conjunturais, tais como políticas de governo e a própria globalização, influenciam no desenvolvimento destas empresas, mas os fatores internos também são de vital importância. Por isso é muito importante introduzir nas micro e pequenas empresas locais novos conceitos de administração moderna, baseados em experiências bem sucedidas em situações de mercado semelhantes, ou seja, abordar novos conceitos de estratégia empresarial para caracterizar um novo ambiente de negócios, no sentido de criar nichos de mercado fortalecendo as empresas e a qualidade de vida local, bem como promover o desenvolvimento regional.

6 CONCLUSÕES FINAIS

Como pôde ser percebido ao longo deste artigo, as micro e pequenas empresas são importantes para o desenvolvimento regional, seja econômica ou socialmente, devido a sua grande participação no que se refere ao número de postos de trabalho e arrecadação de tributos.

No entanto, para que estas empresas permaneçam e se desenvolvam no atual panorama da economia é fundamental que estejam preparadas estrategicamente para enfrentar o mercado globalizado. Fatores como diferenciais competitivos são de vital importância para que as empresas consigam se impor de forma positiva e ganhar a confiança dos clientes. Outro fator que pode ser importante neste segmento empresarial é o associativismo, trabalhar de forma cooperativada com outros empreendimentos pode ser importante para competir com empresas de grande e médio porte.

Não há mais como encobrir a realidade. A globalização da economia, informações em tempo real e concorrência internacional, não perdoam decisões tardias e equivocadas. É extremamente relevante que pessoas e empresas desenvolvam altos níveis de eficiência e eficácia. Oportunidades de negócios terão de ser vislumbradas, estratégias transformadoras deverão ser adotadas para manter os demandantes fiéis e novos nichos de mercado terão

que ser descobertos para a expansão dos empreendimentos.

As pessoas que desejarem manter-se ocupadas necessitam ampliar seus horizontes intelectuais e profissionais e terão que se tornar cada vez mais responsáveis pelo seu próprio treinamento e desenvolvimento, já que o patrocínio das empresas tenderá a diminuir juntamente com a redução da relação empregatícia. Alicerçados sobre bases tecnológicas e capital humano intelectual, as modernas empresas conduzirão suas decisões de forma continuada e sustentável no sentido de se tornarem mais competitivas e inovadoras. Dessa forma garantirão a liderança em seus segmentos de atuação avançando cada vez mais para o domínio definitivo dos seus mercados.

REFERÊNCIAS

- AMATO Neto, João. *Redes de cooperação produtiva e clusters regionais*. São Paulo: Editora Atlas, 2000.
- CARR, Clair. *O poder competitivo da criatividade*. São Paulo: Makron Books, 1997.
- CASAROTTO FL, Nelson, PIRES, Luis Henrique. *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local*. São Paulo: Atlas, 1998.
- DRUCKER, Peter F. *Administração em tempos de grandes mudanças*. 5ª edição. São Paulo: Pioneira, 1996.
- FERRAZ, João Carlos, KUPFER, David, HAGUENAUER, Lia. *Made in Brazil: Desafios competitivos para a indústria*. Rio de Janeiro : Campus, 1995.
- GONÇALVES , A. e KOPROWSKI, S.. *Pequenas empresas no Brasil*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, Ed. Universidade de São Paulo, 1995.
- HEEMANN, Naide R. *A competitividade das micro e pequenas empresas*. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2000.
- KESSLER, Ingo Paulo. *Constituição, desenvolvimento e extinção de micro e pequenas empresas de Santa Cruz do Sul*. Santa Cruz do Sul: UNISC, 1998.
- LA ROVERE, Renata Lèbre. Perspectiva das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. *Revista de Economia Contemporânea*. Vol.5. Edição especial 2001.
- LETTIERI, Antônio. *Notas sobre a globalização e sua ideologia*. In: VIGEVANI, Tullo, LORENZETTI, Jorge. *Globalização e integração regional: atitudes sindicais e impactos sociais*. São Paulo: LTR, 1998, p. 80-100.
- PODESTA, Bruno. *Globalização, integração e sociedade sob a perspectiva Latino-Americana*. In: VIGEVANI, Tullo, LORENZETTI, Jorge. *Globalização e Integração*

Regional: atitudes sindicais e impactos sociais. São Paulo: LTR, 1998, p. 291-302.

PORTER, Michael. *Competição*. Estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999. (a)

PORTER, Michael. Clusters e competitividade. *Revista HSM Management*. Nº 15, ano 3, julho-agosto, 1999, p. 100-111. (b)

RAMOS, Flávio. *A grande dimensão da pequena empresa: perspectivas de ação*. Coordenador. Brasília: Edição SEBRAE, 1995.

SOLOMON, Steven. *A grande importância da pequena empresa: a pequena empresa nos Estados Unidos no Brasil e no mundo*. Posfácio de Paulo Lustosa. Rio de Janeiro: Nórdica, 1986.

VIGEVANI, Tullo, LORENZETTI, Jorge. *Globalização e integração regional: atitudes sindicais e impactos sociais*. São Paulo: LTR, 1998.

Recebido para publicação em 15/10/02

Aceito para publicação em 14/11/02