

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**O ACESSO À TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM
EMPRESAS DE PEQUENO PORTE
NO BRASIL:
SOBREVIVÊNCIA E COMPETITIVIDADE**

LUCIANA BORGES DE ABREU CARVALHO
matrícula nº: 096230821

ORIENTADORA: Prof^ª. Valéria da Vinha

SETEMBRO 2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**O ACESSO À TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM
EMPRESAS DE PEQUENO PORTE
NO BRASIL:
SOBREVIVÊNCIA E COMPETITIVIDADE**

LUCIANA BORGES DE ABREU CARVALHO
matrícula nº: 096230821

ORIENTADORA: Prof^a. Valéria da Vinha

SETEMBRO 2011

As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade do(a) autor(a)

Dedico este trabalho à minha família, que tanto contribuiu para minha formação e me apoiou neste longo percurso, e a todos que contribuíram direta ou indiretamente para a minha formação em uma Instituição como a UFRJ.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro e à minha orientadora Valéria da Vinha, por todo apoio e suporte.

RESUMO

A necessidade de um atendimento eficaz à demanda por tecnologia da informação pelo setor produtivo, principalmente por empresas de pequeno porte, tem sido alvo de constantes análises, uma vez que, a ausência do acesso à informação têm se mostrado uma das principais causas de mortalidade das empresas deste segmento.

Diante deste cenário, o objetivo da monografia será o de enfatizar a relevância da disponibilização de informações no processo de capacitação e inovação tecnológica das empresas de pequeno porte, tendo em vista a crescente importância deste segmento para o desenvolvimento da economia.

Com o processo de globalização dos mercados e a velocidade dos avanços tecnológicos, a busca por informação tornou-se alvo comum de toda a sociedade, criando um novo conceito de sociedade da informação, onde ter informação ou ao menos ter garantido o acesso a ela, passa a ser um diferencial.

Dentro do novo contexto empresarial criado pela globalização, a tecnologia de informação fornece possibilidades de permanente atualização e integração do negócio, visto que potencializa os processos de tratamento, disseminação e transferência de informações. No entanto, essa tecnologia tão importante parece ainda não ter alcançado plenamente as pequenas empresas que, no geral, não possuem sistemas informatizados.

Esta distância entre os graus de aderência à tecnologia da informação mostra a necessidade de políticas públicas e iniciativas privadas para promover a inclusão digital e ajudar pequenas e microempresas a se digitalizarem, a modernizarem seus processos e aumentarem a produtividade e competitividade de suas operações.

Ao longo da monografia será demonstrado que a competitividade inerente ao mercado globalizado e a crescente aplicação da informática em todos os setores da sociedade moderna fazem da tecnologia da informação uma ferramenta indispensável para uma administração eficiente, necessária a sobrevivência das empresas, especialmente empresas de menor porte.

SÍMBOLOS, ABREVIATURAS, SIGLAS E CONVENÇÕES

ABRANET	Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações da Rede Internet
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MPME's	Micro, Pequenas e Médias Empresas
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequena Empresa
TI	Tecnologia da Informação
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO I - CARACTERÍSTICAS DAS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NO BRASIL	11
I.1 – CARACTERÍSTICAS DAS MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (MPME´S) NO BRASIL	11
<i>I.1.1 – Classificação e conceituação de micro, pequenas e médias empresas</i>	<i>11</i>
CAPÍTULO II – CONTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA.....	18
II.1 – IMPORTÂNCIA DAS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA	18
II.2 – PARTICIPAÇÃO DAS MPME´S NA ECONOMIA BRASILEIRA	19
II.3 – DIFICULDADE DE SOBREVIVÊNCIA DAS MPME´S NO BRASIL	23
CAPÍTULO III – A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E AS PEQUENAS EMPRESAS.....	25
III.1 - A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	25
III.2 - O PAPEL DA TI NAS ORGANIZAÇÕES	25
III.3 - TI E AS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE	26
<i>III.3.1 - Gestão de Informação e difusão de tecnologias em MPME´s</i>	<i>26</i>
CONCLUSÃO.....	28
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o mundo tem-se voltado para diversos debates relativos à importância das empresas de pequeno porte para o desenvolvimento da economia. A multiplicação de registro de abertura e de geração de empregos por parte deste segmento não parou de crescer, enquanto que nas grandes empresas os postos de trabalho declinaram continuamente, e o processo de fusões e aquisições se intensificou.

Atualmente, as MPEs representam um papel fundamental na economia mundial. Em alguns países, a sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) atinge cerca de 50% com forte tendência de crescimento.

No Brasil, a realidade empresarial é composta, em sua grande maioria, por empresas de pequeno porte, comprovando a contribuição deste grupo de empresas para a geração de emprego e renda no país.

Não obstante à crescente relevância das micro e pequenas empresas na economia brasileira, bem como seu papel social na diminuição das desigualdades entre indivíduos e regiões, elas ainda enfrentam dificuldades diversas para operar no Brasil, levando a altas taxas de insucesso, dentre as quais podemos destacar: ineficiência de acesso à tecnologia da informação, ausência de estrutura adequada em termos de aparato legal, contábil e gerencial, legislação tributária ainda desfavorável, elevadas exigências burocráticas, dificuldades de acesso ao crédito e, sobretudo a ausência de uma política sistêmica de apoio e incentivo às micro, pequenas e médias empresas. E o resultado direto de tais dificuldades é a elevada taxa de mortalidade, que mesmo já tendo sido reduzida nos últimos anos, ainda se mantém em torno de 58% nos primeiros 5 (cinco) anos de atividade. (SEBRAE, 2010)

E por tratarem-se de empresas de pequeno porte, estas empresas apresentam maior suscetibilidade às dificuldades mencionadas acima e uma maior vulnerabilidade à riscos. Geralmente carentes de recursos, enfrentam dificuldades de inserção nos mercados que disputam ambientes extremamente competitivos. Dessa forma, para permanecerem atuando no mercado, necessitam atender a diversas exigências, como: preços cada vez mais

competitivos, prazos reduzidos, qualidade do produto/serviço e confiabilidade do cliente, parceiro ou fornecedor.

E para tanto, diversos fatores são de extrema importância, entre os quais podemos destacar a gestão do conhecimento, que se mostra como estratégia central para desenvolver a competitividade das empresas. Segundo José Cláudio Cyrineu (2001), observa-se que, no Brasil, o recurso “conhecimento” vem aumentando sua importância para o desempenho das empresas e que os desafios impostos pela abertura econômica e pela globalização, tornam a questão da gestão do conhecimento ainda mais fundamental para a sobrevivência das empresas brasileiras.

A crescente competitividade do ambiente empresarial, a transformação da sociedade industrial numa sociedade baseada na informação e no conhecimento, a transformação dos negócios, entre outros fatores, estão exigindo cada vez mais mudanças, na maneira de gerir das empresas, tornando a informação ferramenta fundamental, não só para o crescimento, mas principalmente, para a sobrevivência das organizações. Portanto, à medida que a economia global está diretamente ligada a redes de comunicação e informação, assegurar o acesso a tecnologias pelas empresas de pequeno porte deveria se transformar em prioridade.

Apesar das grandes dificuldades, o segmento das micro e pequenas empresas apresenta vantagens no que tange à agilidade, capacidade de adaptação e velocidade para atender às necessidades dos consumidores. E sob este aspecto, a tecnologia da informação (TI) pode ser considerada essencial para o fornecimento de uma maior flexibilidade, auxiliando para a superação de algumas dificuldades impostas às empresas de pequeno porte. A empresa pode adquirir, com a TI, *músculos*, que facilitarão a realização de atividades coordenadas com pouco *headcount* (Laudon e Laudon, 2000).

CAPÍTULO I - CARACTERÍSTICAS DAS MICRO E PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NO BRASIL

1.1 – Características das micro e pequenas empresas (MPEs) no Brasil

1.1.1 – Classificação e conceituação de micro, pequenas e médias empresas

Para um maior entendimento acerca das necessidades tecnológicas das micro e pequenas empresas no Brasil, é necessário definir alguns conceitos fundamentais e focar as empresas de pequeno porte sob diversos aspectos, com o objetivo de situá-las no atual contexto econômico-empresarial, procurando destacar os principais fatores que contribuem para sua importância no cenário brasileiro.

Não existe consenso quanto aos critérios usados na classificação de uma empresa como micro, pequena, média ou grande. No Brasil, as definições mais usadas envolvem apenas critérios quantitativos, como a do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) que utiliza o número de funcionários como base para a classificação e a do Estatuto da Micro e Pequena Empresa que utiliza o faturamento bruto anual como critério.

Cabe mencionar ainda as classificações do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e do Banco do Brasil, para fins de obtenção de empréstimos e financiamentos. Observa-se na prática uma variedade de critérios para a sua definição tanto por parte da legislação específica, como por parte de instituições financeiras oficiais e órgãos representativos do setor, conforme observado na tabela 1.1.

O objetivo da utilização de critérios heterogêneos decorre do fato de que a finalidade e os objetivos das instituições que promovem seu enquadramento são distintos (regulamentação, crédito, estudos, etc). Portanto, poderão ser adotados critérios diferentes para objetivos distintos, tornando o uso de determinado critério diretamente dependente da finalidade que o pesquisador, o analista, a agência de crédito e financiamento ou a instituição governamental almejam. (Leone, 1991)

Pinheiro (1996) afirma que, no conjunto, as empresas de pequeno porte distinguem-se umas das outras, pela diversidade de tamanho, pelo nicho de produto/mercado e pelo estágio de

desenvolvimento, fatores que levam à diferenciação do estrato destas empresas. Para ele, a categorização ou classificação das empresas é um tanto difícil, visto que a diversidade de tamanho e de condições econômicas produtivas dificulta a homogeneização para efeito de estudos.

A Lei Complementar 123/2006 instituiu o novo Estatuto Nacional da Microempresa (ME) e da Empresa de Pequeno Porte (EPP), sendo o critério adotado para conceituar micro e pequena empresa é a receita bruta anual, cujos limites encontram-se abaixo:

- Microempresa: receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais);
- Empresa de Pequeno Porte: receita bruta superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais).

Este novo estatuto substitui, integralmente, a partir de 01.07.2007, as normas do Simples Federal (Lei 9.317/1996) - vigente desde 1996 - e do anterior Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei 9.841/1999), estabelecendo regras para tratamento diferenciado à micro e pequenas empresas, especialmente no que se refere:

1. À apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da união, dos Estados, do distrito federal e dos municípios, mediante regime único de arrecadação, inclusive obrigações acessórias.
2. Ao cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, inclusive obrigações acessórias.
3. Ao acesso a crédito e ao mercado, inclusive quanto à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos Poderes Públicos, à tecnologia, ao associativismo e às regras de inclusão.

Atualmente, os critérios detalhados acima vêm sendo adotados em diversos programas de crédito do governo federal em apoio às MPE.

Em diversos regimes simplificados de tributação dos Estados também são utilizados os limites de valor do Estatuto, enquanto outros Estados utilizam limites próprios, adaptados à situação econômica e fiscal própria.

Além do critério adotado no Estatuto, o Sebrae utiliza ainda o conceito de pessoas ocupadas nas empresas, principalmente nos estudos e levantamentos sobre a presença da micro e pequena empresa na economia brasileira.

Tabela 1.1 – Critérios Específicos Brasileiros de Classificação de Empresas (ver quadro atualizado abaixo)

Órgão / Entidade	Classificação	Critérios de Classificação
SEBRAE	Número de Funcionários e critérios do Estatuto Nacional da ME e EPP*	MICRO EMPRESAS: Indústria => Até 19 funcionários; Comércio / Serviços => Até 09 funcionários
		EMPRESAS DE PEQUENO PORTE: Indústria => De 20 a 99 funcionários; Comércio / Serviços => De 10 a 49 funcionários
		MÉDIAS: Indústria => De 100 a 499 funcionários; Comércio / Serviços => De 50 a 99 funcionários
		GRANDES: Indústria => 500 ou mais funcionários; Comércio / Serviços => 100 ou mais funcionários
BNDES	Receita Operacional Bruta Anual	MICRO EMPRESA: Receita Operacional Bruta menor ou igual a R\$ 2,4 milhões
		PEQUENA EMPRESA: Receita Operacional Bruta maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões
		MÉDIA EMPRESA: Receita Operacional Bruta maior que R\$ 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões
		MÉDIA-GRANDE EMPRESA: Receita Operacional Bruta maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões
		GRANDE EMPRESA: Receita Operacional Bruta Maior que R\$ 300 milhões
Banco do Brasil	Receita Operacional Bruta Anual	Idem Simples Nacional
*Estatuto Nacional da Microempresa (ME) e da Empresa de Pequeno Porte (EPP) SIMPLES NACIONAL	Receita Operacional Bruta Anual	MICRO EMPRESAS: Receita Bruta Anual até R\$ 240 mil
		EMPRESAS DE PEQUENO PORTE: De R\$ 240 mil a R\$ 2,4 Milhões

Fonte: Elaboração própria, com base em dados do SEBRAE, BNDES, Banco do Brasil e Estatuto da Micro e Pequena Empresa – SIMPLES NACIONAL (Lei Complementar nº 123/2006)

Nos levantamentos dos censos e pesquisas sócio-econômicas, anuais e mensais, o IBGE classifica as firmas segundo as faixas de pessoal ocupado total. O conceito abrange não somente os empregados, mas inclui também os proprietários das empresas, como forma de se dispor de informações sobre o expressivo número de micro unidades empresariais que não empregam trabalhadores, mas funcionam como importante fator de geração de renda para seus proprietários.

Alguns autores afirmam que o faturamento anual de uma empresa pode ser um dado difícil de conseguir e recomendam que a classificação pelo número de funcionários (Sebrae) seja utilizada para estudos e pesquisas no Brasil.

O critério de classificação das MPE's por número de pessoas ocupadas não leva em conta as diferenças entre atividades com processos produtivos distintos, uso intensivo de tecnologia da informação (Internet, e-commerce, etc.) e/ou forte presença de mão-de-obra qualificada, podendo ocorrer, em algumas atividades, a realização de alto volume de negócios com utilização de mão-de-obra pouco numerosa, como é o caso do comércio atacadista, das atividades de informática e dos serviços técnico-profissionais prestados às empresas (atividades jurídicas, de contabilidade, consultoria empresarial, etc.) (IBGE, 2003).

Para Pinheiro (1996), a pequena empresa se define por uma série de características ou circunstâncias relacionadas às suas peculiaridades e freqüentemente, a determinada finalidade em relação à sua participação na economia. As características das empresas de pequeno porte estão normalmente delimitadas pelos seguintes fatores ou condições:

- A empresa é de propriedade de apenas um indivíduo ou de um pequeno grupo de pessoas;
- É administrada pelos proprietários de forma independente e, mesmo quando profissionalizada, eles se conservam como principal centro de decisões;
- O seu capital é financiado basicamente pelos proprietários;
- A empresa opera numa área limitada, geralmente restrita à sua localização;
- A sua atividade produtiva não ocupa posição de destaque ou de predominância em relação ao mercado.

São características das micro e pequenas empresas:

- Baixa intensidade de capital;
- Altas taxas de natalidade e de mortalidade: demografia elevada;
- Forte presença de proprietários, sócios e membros da família como mão-de-obra ocupada nos negócios;
- Poder decisório centralizado;
- Estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não se distinguindo, principalmente em termos contábeis e financeiros, pessoa física e jurídica;

- Registros contábeis pouco adequados;
- Contratação direta de mão-de-obra;
- Utilização de mão-de-obra não qualificada ou semi-qualificada;
- Baixo investimento em inovação tecnológica;
- Maior dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro; e
- Relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte.

Um estudo do SEBRAE realizado em 2000 confirma algumas das características apontadas por Pinheiro (1996), como mostrado pela tabela 1.2, onde podemos observar como pontos relevantes, que 90% das empresas de pequeno porte compram apenas no mercado interno, reforçando a característica de regionalização, e que apenas 30% do total destas empresas utilizavam a informática e/ou tecnologia da informação.

Tabela 1. 2 – Principais características das MPE´s brasileiras em 2000

CARACTERÍSTICAS DAS MPE´s	TOTAL BRASIL
Compram só no mercado interno	90%
Querem melhorar a gestão, mas não possuem recursos	60%
Fazem planejamento de produção e vendas	60%
Têm controle de estoques	60%
Utilizam até 50% da capacidade instalada	50%
Têm registro de marcas e patentes no INPI	35%
Compraram máquinas e equipamentos nos últimos 3 anos	30%
Utilizam informática	30%
Treinam seu pessoal	30%
Seguem Normas do INMETRO	30%
Controlam e avaliam a produtividade	25%
Mantém contatos com centros de tecnologia	25%
Utilizam técnicas de marketing	20%
Têm gestão de estoques	20%
Exportam	5%

Fonte: SEBRAE (2000)

Analisando as informações da tabela 1.2 podemos destacar o alto grau de concentração de compras dentro do país (mercado interno), o que reforça a importância das empresas de pequeno porte para a dinamização da economia brasileira.

As pequenas empresas são extremamente sensíveis à mudanças na economia. A instabilidade da economia brasileira durante os últimos anos fez com que ficasse cada vez mais difícil se planejar para o futuro. Além disso, nas pequenas empresas, as decisões são normalmente tomadas pelos proprietários, que nem sempre são pessoas qualificadas no que diz respeito à administração.

Isto faz com que as ações tomadas por estas empresas sejam, em grande parte, reações a mudanças no ambiente, ao invés de serem pró-ativas. Terence e Escrivão (2001) citam Corrêa e Prochno (1998) ao afirmar que “tais abordagens reativas consomem doses de esforço gerencial e recursos que, em consequência, não são utilizados para a gestão estratégica”. (Lima e Moura)

Segundo Terence e Escrivão (2001), o planejamento estratégico praticamente não é utilizado pelas pequenas empresas, pois as metodologias existentes foram desenvolvidas para grandes empresas, e não levam em consideração as particularidades das pequenas.

Para Bortoli (1980), citado por Carmo e Pontes (1999), as MPEs pertencem normalmente a um indivíduo, a grupos familiares ou a pequenas sociedades comerciais. Geralmente não recorrem ao mercado de capitais, possuem um tipo de administração pouco especializada e são muito ligadas às características e personalidade de seus proprietários, como talento, sensibilidade, vontade de realização, dentre outras (CARMO; PONTES, 1999; MARTIN, 1989).

Braga (1988) expressa em seu trabalho sobre a origem familiar das empresas privadas brasileiras que posições estratégicas são ocupadas primeiramente pelo quesito parentesco e não pela qualificação e competência, o que faz com que as decisões mais importantes se restrinjam ao controle familiar. Nessa mesma idéia Coutinho e Ferraz (1994, p. 202) acreditam que essa característica possa ser positiva para a busca da competitividade, desde que os interesses familiares não se sobreponham aos interesses meramente do negócio.

Cabe observar que algumas características apresentadas pelas MPEs brasileiras são também encontradas em empresas de porte semelhante no exterior. Tais características foram apontadas por vários pesquisadores no Brasil e no exterior sobre as MPEs, como mostra a tabela I.3. Verificou-se uma grande semelhança entre elas nos diferentes contextos.

Tabela 1. 3 – Principais características das empresas de pequeno porte

Características	Vantagens	Desvantagens
Ambiente externo	Reagem rapidamente ao mercado devido a estrutura simples e agilidade (LA ROVERE, 1999)	Falta de informações sobre o ambiente externo, oportunidades e ameaças. Dificuldade de acesso à tecnologia. Maior propensão ao risco (OCDE, 2000; CARMO; PONTES, 1999)
Gestão e estrutura	Ausência de burocracia, ciclo decisório curto, estrutura Informal (LA ROVERE, 1999, ALVIN, 1998)	Processo de produção dá-se de forma empírica. (ALVIN, 1998) Processo decisório dá pouca atenção ao ambiente externo (CARMO; PONTES, 1999)
Ambiente Interno	Sistema de comunicação informal e eficiente. (ALVIN, 1998) Adaptação mais rápida às mudanças externas (LA ROVERE, 1999; CARMO; PONTES, 1999)	Pouco controle sobre recursos físicos e informacionais. Ausência de divisão e limitação de atribuições funcionais. (CARMO; PONTES, 1999)
Recursos Humanos	Fortalecimento da relação direção – propriedade, pois os proprietários assumem várias atribuições simultâneas (CRAGG; ZINNATELLI, 1995; BORTOLI, 1980 ^b)	Falta pessoal especializado para atender a todas as necessidades internas (ALVIN, 1998)
Recursos Financeiros	Não mencionados	Escassos, ausência de capital de risco. Maior sensibilidade aos ciclos econômicos devido a condições de crédito pouco favoráveis. (LA ROVERE, 1999; CRAGG; ZINATELLI, 1995; FINK, 1998)
Crescimento	A agilidade, flexibilidade, relação próxima com os clientes são apontadas como fatores potenciais para o crescimento, através da inovação e da difusão de novas tecnologias. (COUTINHO; FERRAZ, 1994, LA ROVERE, 1999)	Estagnado. Dificuldade de capital para expansão no Brasil. (ALVIN, 1998). Lideranças com pouca experiência para lidar com situações mais complexas.(CARMO; PONTES, 1999)

Fonte: Elaboração própria, com base nos artigos supra citados

CAPÍTULO II – CONTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE PARA O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA

II.1 – Importância das empresas de pequeno porte para o desenvolvimento da economia

Atualmente, as MPEs representam um papel fundamental na economia mundial. Em alguns países, a sua participação no PIB atinge cerca de 50% com forte tendência de crescimento.

O papel das pequenas empresas no desenvolvimento dos países era pequeno pela predominância de um modelo fordista de produção, que privilegiava a larga escala, e empresas de grande porte. Porém, a conjuntura econômica e política atual apresenta um novo modelo econômico, a partir do qual a produção em larga escala convive com a especialização flexível, em decorrência da reestruturação do sistema produtivo.

Estudos realizados e experiência histórica evidenciam que as empresas de pequeno porte apresentam características próprias que as tornam essenciais e indispensáveis nas economias desenvolvidas e em desenvolvimento, uma vez que:

- Contribuem de forma substancial na geração do produto nacional;
- Absorvem grande contingente de mão-de-obra a baixo custo e com menores exigências de qualificação;
- Apresentam alta flexibilidade locacional, com importante papel no processo de interiorização do desenvolvimento, e conseqüentemente, melhor distribuição espacial da renda;
- Possuem capacidade para atuar complementarmente a grandes empreendimentos;
- Possuem condição geradora de tecnologia, contribuindo para o aumento do estoque de conhecimento nacional;
- Apresentam capacidade de gerar uma classe empresarial genuinamente nacional, devido à transformação de unidades pequenas em médias e de médias em grandes, bem como a contribuição para a maior participação da empresa privada na economia nacional.

É mostrado que as micro e pequenas empresas no crescimento e desenvolvimento do País servem de “colchão” amortecedor do desemprego. Constituem uma alternativa de ocupação para uma pequena parcela da população que tem condição de desenvolver seu próprio negócio, e em uma alternativa de

emprego formal ou informal, para uma grande parcela da força de trabalho excedente, em geral com pouca qualificação, que não encontra emprego nas empresas de maior porte.

II.2 – Participação das MPEs na Economia Brasileira

No Brasil, as empresas de pequeno porte só começaram a ser valorizadas em meados da década de 80. Neste período, com a redução do ritmo de crescimento da economia, resultando em maior nível de desemprego, os pequenos negócios passaram a ser considerados uma alternativa para a absorção da mão-de-obra excedente, fazendo surgir ao final da década, as primeiras iniciativas mais concretas para incentivar a abertura de micro e pequenas empresas na economia, dentre as quais cabe mencionar:

- A implantação do primeiro Estatuto da Microempresa (Lei nº 7.256 de 27 de novembro de 1984) e a inclusão das micro e pequenas empresas na Constituição Federal de 1988, que passou a garantir-lhes tratamento diferenciado (Artigo 179 do Capítulo da Ordem Econômica);
- A transformação em 1990 do Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa - CEBRAE -, criado em 1972, em Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, com funções mais amplas;
- A criação de linhas especiais de crédito no BNDES, Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil;
- A Lei nº 9.317 de 5 de dezembro de 1996, que instituiu o Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES;
- A Lei nº 9.841 de 5 de outubro de 1999, que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; e
- Estabelecimento de um Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, demonstrando a dimensão e a importância das micro e pequenas empresas para o crescimento e desenvolvimento da economia nacional.

No final da década de 80, as micro e pequenas empresas passaram a contar também com o apoio de entidades representativas, como o Sindicato das Micro e Pequenas Empresas da Indústria - SIMPI, o

Sindicato das Micro e Pequenas Empresas do Comércio - SIMPEC -, ambos com representações em várias Unidades da Federação, a Associação Nacional dos Sindicatos das Micro e Pequenas Empresas da Indústria - ASSIMPI – e a Associação Nacional dos Sindicatos das Micro e Pequenas Empresas do Comércio - ASSIMPEC.

Essas entidades participam do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, promovem seminários e congressos para o debate das questões pertinentes às micro e pequenas empresas e buscam uma maior integração com os governos federal, estaduais e municipais, no sentido de propor parcerias como alternativas para o fortalecimento e crescimento deste segmento.

Vários resultados dessa parceria entre os SIMPI/SIMPEC e o poder público foram alcançados; entre estes, destacam-se os convênios firmados com as Juntas Comerciais, as Secretarias Estaduais de Fazenda e a Receita Federal para a abertura de empresas em 24 horas e a abertura de agências da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil, dentro dos SIMPI/SIMPEC, para dinamizar o apoio financeiro e a expansão dos negócios. Outra grande conquista foi a inclusão das micro e pequenas empresas em processos de licitação das compras dos governos estaduais, cuja participação ocorre com a interveniência dos sindicatos.

Em nível federal, vários programas especiais foram criados na década de 1990 como o Programa de Geração de Emprego e Renda - PROGER -, coordenado pelo Ministério do Trabalho e Emprego, que conta com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador - FAT - e procura associar apoio creditício, capacitação gerencial, assistência técnica e participação social, no sentido de fortalecer as micro e pequenas empresas formais e informais. O Programa Brasil Empreendedor - Micro, Pequena e Média Empresa, também coordenado pelo Ministério do Trabalho, foi outro programa voltado para este segmento empresarial, que reúne representantes dos ministérios, agentes financeiros e o SEBRAE, e tem por objetivo dar apoio financeiro e melhorar a capacitação dos empresários.

Por serem extremamente vulneráveis às mudanças no mercado, as MPEs só começaram a ter condições de disputar espaço no mercado em meados da década de 90, com a criação do Plano Real. Em 1995, o número de grandes empresas cresceu apenas 2,2%, enquanto o de pequenas empresas cresceu 25% (SEBRAE, 2003).

Atualmente, de acordo com dados do SEBRAE, as micro, pequenas e médias empresas brasileiras constituem aproximadamente 99% das empresas existentes nos diversos setores de indústria,

comércio e serviços. Estas empresas foram responsáveis por 67% dos 272.225 empregos formais gerados no Brasil em abril de 2009, o que corresponde a 182.390 vagas (SEBRAE e Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CADEG, do Ministério do Trabalho e Emprego, 2010). Ainda assim, representam apenas 20% do PIB. O volume é bem inferior ao verificado em economias mais desenvolvidas, como na Itália, onde mais da metade da geração de riquezas locais é atribuída às MPEs.

As MPEs ocupam um grande percentual da força de trabalho formal e 12,9 milhões de empreendedores e trabalhadores do setor informal do país, formando assim, o alicerce principal da estrutura de absorção de mão-de-obra, com grande flexibilidade e democratização de oportunidades. De 1995 a 2002, empresas com até cem empregados criaram 96% dos novos postos de trabalho do país (BNDES, 2003).

A participação dos pequenos negócios na economia dos países serve de parâmetro para aferição do equilíbrio entre o desenvolvimento social e o econômico. Nos países mais desenvolvidos e com boa distribuição de renda, a participação das MPEs no PIB tende a equilibrar-se com a das grandes empresas, mas no Brasil ainda se situa na casa dos 20%, apontando para a necessidade de um aumento na implementação políticas públicas adequadas ao desenvolvimento das microempresas e empresas de pequeno porte.

Em nosso país, marcado pelo dinamismo e heterogeneidade, as empresas de pequeno porte se destacam, além de sua função social, pela capilaridade, fácil adequação à mudanças e peculiaridades regionais, econômicas, sociais e culturais, exercendo um papel central quanto à inovação tecnológica, estímulo ao empreendedorismo e promoção do desenvolvimento local sustentável.

Tabela 2.1 – Participação das MPE's na economia brasileira

NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS POR PORTE, BRASIL, 2008-2010								
PORTE	2008		2009		2010		VARIÇÃO (%)	
	Valor	Part. %	Valor	Part. %	Valor	Part. %	2010-2008	2010-2009
Micro	5.486.649	93,98	5.657.930	93,89	5.826.055	93,55	6,19	2,97
Pequena	300.047	5,14	314.544	5,22	342.154	5,49	14,03	8,78
Total MPEs	5.786.696	99,12	5.972.474	99,10	6.168.209	99,04	6,59	3,28
Média	33.597	0,58	35.155	0,58	38.737	0,62	15,30	10,19
Grande	17.777	0,30	18.784	0,31	20.914	0,34	17,65	11,34
TOTAL GERAL	5.838.070	100,00	6.026.413	100,00	6.227.860	100,00	6,68	3,34

Fonte: SEBRAE_RAIS/MTE

Dessa forma, uma importante contribuição das empresas de pequeno porte para o crescimento e desenvolvimento do país é a de geração de emprego. Constituem uma alternativa de ocupação para uma pequena parcela da população que tem condição de desenvolver seu próprio negócio, e em uma alternativa de emprego formal ou informal, para uma grande parcela da força de trabalho excedente, em geral com pouca qualificação, que não encontra emprego nas empresas de maior porte.

Por sua capilaridade, uma vez que encontram-se em todo território nacional, criam postos de trabalho nas distantes localidades, e oferecem oportunidade de ocupação nas faixas mais frágeis da estrutura de trabalho.

Portanto, este grupo de empresas é extremamente necessário para a construção de um modelo de desenvolvimento sustentável do país, uma vez que mobiliza diretamente milhões de brasileiros.

Como mostrado pela tabela 2.2 e pelo gráfico II.1, a grande maioria das empresas existentes hoje no Brasil é constituída por empresas de pequeno porte, o que ratifica o grau de importância deste grupo de empresas para o desenvolvimento da economia doméstica.

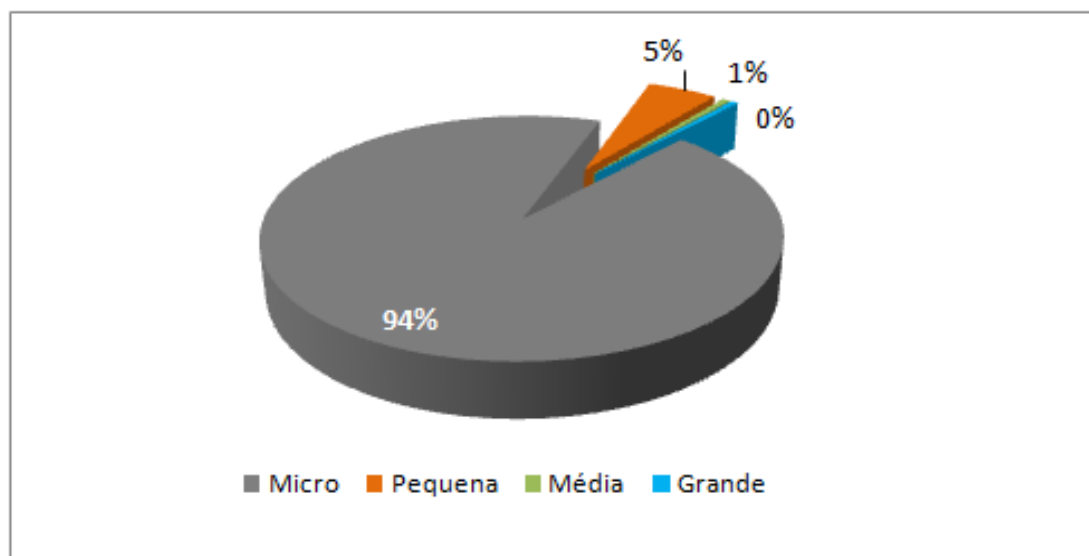
Apesar de identificarmos um incremento nos discursos políticos pelo desenvolvimento de metas sustentáveis de apoio às MPEs, ainda constatamos uma grande deficiência no que diz respeito à implementação de políticas de apoio que propiciem o desenvolvimento real deste grupo de empresas e que reduzam significativamente seu índice de mortalidade, contribuindo de forma efetiva para o crescimento da economia do país.

Tabela 2.2 - Brasil – Número de empresas formais, por porte e setor – 2008/2010

NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS POR PORTE E SETOR DE ATIVIDADE, BRASIL, 2008-2010												
PORTE	INDÚSTRIA			CONSTRUÇÃO CIVIL			COMÉRCIO			SERVIÇOS		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Micro	590.965	611.216	607.872	206.893	225.146	255.932	2.922.021	2.971.319	2.989.436	1.766.770	1.850.249	1.972.815
Pequena	46.278	46.409	49.154	13.204	14.552	17.148	145.556	152.239	164.595	95.009	101.344	111.257
Total MPEs	637.243	657.625	657.026	220.097	239.698	273.080	3.067.577	3.123.558	3.154.031	1.861.779	1.951.593	2.084.072
Média	9.660	9.644	10.411	2.773	3.070	3.715	10.647	11.242	12.257	10.517	11.199	12.354
Grande	1.890	1.902	2.103	402	459	500	5.841	6.209	7.046	9.644	10.214	11.265
TOTAL GERAL	648.793	669.171	669.540	223.272	243.227	277.295	3.084.065	3.141.009	3.173.334	1.881.940	1.973.006	2.107.691

Fonte: SEBRAE_RAIS/MTE

Gráfico II.1 - Brasil – Distribuição percentual das empresas por porte – 2010



Fonte: SEBRAE

II.3 – Dificuldade de sobrevivência das MPEs no Brasil

Como mostrado na seção anterior, a realidade empresarial brasileira é composta, em sua grande maioria, por empresas de pequeno porte, o que comprova a contribuição deste grupo de empresas para a geração de emprego e renda no país. No entanto, estima-se que, devido a barreiras burocráticas, tributárias, técnicas, comerciais e ausência de capacidade gerencial, 22% das micro e pequenas empresas brasileiras, em geral, desaparecem nos dois primeiros anos de existência (SEBRAE, 2010).

Os principais fatores limitantes à sobrevivência das micro e pequenas empresas são: a dificuldade de crédito, a falta de suporte técnico, de gerenciamento adequado e de capital humano. Apesar da constante referência à maior flexibilidade e simplicidade, as pequenas empresas brasileiras têm dificuldades para sobreviver no mercado atual em decorrência da alta competitividade à que estão sujeitas.

Essa concorrência, apresentada a partir de condições adversas às empresas de pequeno porte, influi no aumento de sua taxa de mortalidade nos primeiros anos de vida, o que pode ser comprovado em pesquisas realizadas pelo SEBRAE (ver tabelas 2.3 e 2.4).

Tabela 2.3 – Taxa de sobrevivência das MPEs no Brasil

TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DAS MPES NO BRASIL					
Anos de existência da empresa	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2002-2000)	Taxa de sobrevivência (A)	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2005-2003)	Taxa de sobrevivência (B)	Varição da taxa de sobrevivência (B-A)
Até 2 anos	2002	0,506	2005	0,78	0,274
Até 3 anos	2001	0,436	2004	0,687	0,251
Até 4 anos	2000	0,401	2003	0,641	0,24

Fonte: SEBRAE (2011)

Tabela 2.4 – Taxa de mortalidade de empresas no Brasil

TAXA DE MORTALIDADE DAS MPES NO BRASIL					
Anos de existência da empresa	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2002-2000)	Taxa de mortalidade (A)	Ano de constituição formal das empresas (Triênio 2005-2003)	Taxa de mortalidade (B)	Varição da taxa de mortalidade (B-A)
Até 2 anos	2002	0,494	2005	0,22	-0,274
Até 3 anos	2001	0,564	2004	0,313	-0,251
Até 4 anos	2000	0,599	2003	0,359	-0,24

Fonte: SEBRAE, (2011)

A pesquisa realizada pelo SEBRAE no primeiro trimestre de 2011, que traçou o perfil dos pequenos negócios no Brasil, concluiu que, as taxas de mortalidade consolidadas para as empresas brasileiras constituídas e registradas nos triênios 2000-2002 e 2003-2005, com base em dados cadastrais das Juntas Comerciais Estaduais, foram, respectivamente, 49,4% e 22%, para os anos de 2002 e 2005, para as empresas com até 2 (dois) anos de existência; e 56,4% e 31,3% para as empresas com até 3 anos de existência, conforme mostrado pela na tabela 2.4.

Podemos notar, que o percentual de empresas de pequeno porte que sobrevive pelo menos dois anos passou de 50,6% em 2002 para 78% em 2005, ou seja, 27,4% a mais de MPEs permanecem em atividade.

Essa melhoria percentual pode ser justificada pela estabilização da economia brasileira, que gerou um cenário econômico mais favorável, com redução e controle da inflação, menores taxas de juros e maior acesso ao crédito e consumo, principalmente pelas classes C, D e E, e a uma maior qualidade empresarial. Tal ambiente propiciou um período favorável ao desenvolvimento dos pequenos negócios no Brasil.

CAPÍTULO III – A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E AS PEQUENAS EMPRESAS

III.1 - A Tecnologia da Informação

Tecnologia da Informação (TI) pode ser compreendida como “a área de conhecimento responsável por criar, administrar e manter a gestão da informação através de dispositivos e equipamentos para acesso, operação e armazenamento dos dados, de forma a gerar informações para tomada de decisão”.¹ Pode ser definida como “o conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos de computação que visam permitir o armazenamento, o acesso e o uso das informações”.²

“A TI é reconhecida como fator crítico de capacitação principalmente através das telecomunicações, que permite eliminar barreiras impostas por local e tempo às atividades de coordenação, serviço e colaboração” (KEEN, 1996, p. XLIX). A transformação e utilização das ferramentas da TI se tornaram globais e as distinções entre computador e comunicação desapareceram, mudando radicalmente o mundo dos negócios.

A tecnologia da Informação (TI) é considerada atualmente como um dos fatores determinantes para o desenvolvimento da economia, uma vez que contribui de forma efetiva para o emprego de novos fatores de produção e por uma bem sucedida gestão empresarial.

III.2 - O Papel da TI nas Organizações

Com o advento da globalização e a crescente transformação da sociedade, de industrial à uma baseada na informação e no conhecimento, a Tecnologia da Informação (TI) têm se tornado fundamental para garantir o crescimento e a sobrevivência das organizações. Para atender às exigências deste novo cenário, a informação precisa ter como suporte uma adequada Tecnologia de Informação (TI), a fim de garantir respostas rápidas e eficientes aos administradores das empresas, para que a gestão seja bem sucedida.

Para Stoner (1999), somente com informações precisas e na hora certa, os administradores podem monitorar o progresso na direção de seus objetivos e transformar os planos em realidade. Assim, para esse autor, as informações devem ser avaliadas segundo quatro fatores:

¹ Wikipédia - http://pt.wikipedia.org/wiki/Tecnologia_da_informação

² Infowester - <http://www.infowester.com/>

- Qualidade da informação - quanto mais precisa a informação, maior sua qualidade e com mais segurança os administradores podem contar com ela no momento de tomar decisões;
- Oportunidade da informação - para um controle eficaz, a ação corretiva deve ser aplicada antes de ocorrer um desvio muito grande do plano ou do padrão; portanto as informações devem estar disponíveis para a pessoa certa no momento certo;
- Quantidade da informação - dificilmente os administradores podem tomar decisões precisas e oportunas sem informações suficientes; contudo é importante que não haja uma inundação de informações, de modo a esconder as coisas importantes;
- Relevância da informação - de modo semelhante, a informação que os administradores recebem deve ter relevância para suas responsabilidades e tarefas (Stoner, 1999).

O propósito básico da informação, dentro do contexto organizacional, de acordo com Oliveira (1998), é o de habilitar a empresa a alcançar seus objetivos por meio do uso eficiente dos recursos disponíveis (pessoas, materiais, equipamentos, tecnologia, dinheiro, além da própria informação).

Neste sentido, a teoria da informação considera os problemas e as adequações do seu uso efetivo pelos tomadores de decisão.

Segundo Oliveira (1998), a eficiência na utilização da informação é medida em relação ao custo para obtê-la e o valor do benefício derivado de seu uso. Associam-se à produção da informação os custos envolvidos na coleta, processamento e distribuição.

II.3 - TI e as empresas de pequeno porte

III.3.1 - Gestão de Informação e difusão de tecnologias em MPME's

Conforme mencionado no capítulo anterior, a partir dos anos 80, surge um novo modelo econômico, influenciado por uma nova conjuntura política e econômica, movido pela globalização financeira e associado a novas tecnologias de informação, que permite a coexistência de diferentes sistemas de produção: a produção em escala em alguns setores e, em outros, o modelo de especialização flexível, baseada numa economia personificada, conforme o perfil do cliente e cujo principal capital está baseado em informação.

De acordo com La Rovere (1999, p.145) “até meados dos anos 70, as MPEs tinham papel pequeno sobre o desenvolvimento econômico devido ao predomínio do paradigma de produção em massa”. Paradigma este conhecido como modelo de produção fordista, baseado na Teoria da Organização Industrial de Henry Ford, que preconizava a produção em massa, standardização dos produtos, e organização do trabalho dada por especialização de tarefas e emprego de tecnologia, visando a maior produtividade e redução de custos.

Diante deste contexto de economia globalizada e tecnologicamente orientada, as novas tecnologias de informação e comunicação têm papel relevante nesse novo modelo de produção e atribuem à informação um papel nunca visto anteriormente o qual, segundo Albagli (1999), revoluciona as relações econômicas e sócio-culturais e gera implicações de várias ordens. É nesse contexto que as MPEs passam a ter papel relevante, em virtude de sua capacidade de gerar empregos, mobilizar o crescimento regional, de terceirização e da inovação em busca de uma vantagem competitiva.

Além de se terem destacado no cenário mundial, em função dos fluxos de terceirização e dos processos de downsizing, envolvendo as grandes empresas, as MPEs pequenas empresas vêm sendo referenciadas pelo possível papel inovador que podem representar na nova economia, principalmente nos países em desenvolvimento.

Grandes empresas têm vantagens materiais para criar e adotar inovações, devido às suas facilidades de captar recursos no mercado financeiro e à sua maior capacidade quanto à pesquisa e desenvolvimento (P&D). Já as pequenas e médias empresas possuem vantagens comportamentais, relacionadas à maior capacidade de adaptação a mudanças no cenário ambiental, estrutura mais flexível e ágil e proximidade de seus clientes (LA ROVERE, 1999, p. 146; OCDE, 2000).

Nos países desenvolvidos já se registram políticas para dar a essas empresas condições de superar suas deficiências. Assim vislumbra-se que a convergência entre as telecomunicações e a informática pode criar novos segmentos de negócios para essas empresas (São exemplos: o comércio eletrônico, os serviços de entrega originários de solicitações on-line, os serviços de multimídia, etc)., o que, por sua vez, podem impulsionar as atividades de P&D.

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) tanto podem colaborar com estas empresas para tornarem-se mais competitivas como facilitar e agilizar o fluxo de informações, interno e externo. Dessa maneira auxiliam as MPEs pequenas empresas em para uma maior interação entre

clientes, fornecedores e empregados (LA ROVERE, 1999, p. 147-148). A adesão às TICs pelas MPMEs permite a elas combinar as vantagens de uma produção em pequena escala com a flexibilidade que possuem.

O que se verifica, no entanto, é que boa parte das MPEs ainda é pouco informada sobre o potencial oferecido pelas TICs na melhoria de competitividade. Conforme La Rovere (1999, p. 148), a maioria das MPEs somente introduz inovações quando percebem com clareza as oportunidades de negócio que elas podem trazer. As especificidades das pequenas empresas expressas podem causar efeitos na introdução e no uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Além disso, os fatores culturais e políticos dos países ou regiões em que elas estão localizadas podem influenciar na oferta de empreendimentos, como também no grau de aceitação e risco de mobilização de recursos.

É em função disso que vários pesquisadores sugerem articulações entre empresas, associações, centros de ensino e pesquisa para vencer barreiras locais (OCDE, 2000, p. 3; LA ROVERE, 1999, p. 161).

CONCLUSÃO

Com o crescimento da Internet e a globalização do comércio, a tecnologia da informação (TI) passou a ter um papel essencial nos negócios e na gestão empresarial. A TI está servindo de base a novos modelos organizacionais, novos processos de negócio e novos modos de compartilhar conhecimento.

No entanto, mesmo apresentando grande importância competitiva e com toda a disseminação dos benefícios, a TI continua ainda não alcançando plenamente as micro e pequenas empresas (MPEs). Infelizmente, existem poucos estudos sobre análises do desempenho da Tecnologia da Informação em pequenas empresas, principalmente em países em desenvolvimento como o Brasil, por isso, não foi possível apresentar dados atualizados que corroborem as premissas apresentadas nesta monografia.

O que se sabe é que a competitividade nestas empresas acaba sendo reduzida em função de fatores relacionados à qualificação, gestão, acesso à crédito e à novas tecnologias. E o uso estratégico da

informação e da Tecnologia da Informação – TI, torna-se essencial para que as MPEs possam competir de forma mais equilibrada, onde a TI possa contribuir através da redução de custos, ganhos de produtividade, prospecção de novos mercados, facilidade de relacionamento com clientes e fornecedores, conhecimento do mercado de atuação e da conjuntura econômica, dentre outros fatores imprescindíveis a qualquer empresa que busque uma maior participação e consolidação no mercado.

A intensificação da utilização de TI em empresas de pequeno porte poderá garantir um aperfeiçoamento da gestão empresarial, através de controles internos eficientes e melhoria dos processos, o que acaba contribuindo para a redução das taxas de mortalidade deste segmento.

Desta forma, faz-se necessário o desenvolvimento de pesquisas junto aos órgãos responsáveis de apoio a estas empresas, que abordem a utilização da TI como uma ferramenta estratégica, que possa auxiliar o dirigente das pequenas empresas a elaborar, implementar, e controlar estratégias, a monitorar o ambiente e tomar decisões, proporcionando assim uma possível vantagem competitiva a este segmento de empresas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRANET, Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações da Rede Internet. Disponível em: <<http://www.abranet.com.br/>>. Acesso em: 16 de Abril de 2005.

ALBAGLI, Sarita. Novos espaços de regulação na era da informação e do conhecimento. In:

LASTRES, Helena M. M.; ALBAGLI, Sarita (org). Informação e globalização na era do conhecimento. Rio de Janeiro: Campus, 1999

ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações. Ministério das Comunicações. LEI GERAL DAS TELECOMUNICAÇÕES. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/biblioteca/leis/exposicao_motivos_lgt.pdf>. Acesso em: 18 de Abril de 2005.

BARBOSA, P. M. B. A demanda de serviços de telecomunicações nas pequenas e médias empresas: o caso das empresas de software do Rio de Janeiro. 1999. Monografia (Graduação em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.

BORTOLI, Adelino Neto. Tipologia de problemas das pequenas e médias empresas, 1980. Dissertação (Mestrado em Economia e Administração) - Faculdade de Economia e Administração. São Paulo, p. 129-140.

CARMO, Vadson Bastis; PONTES, Cecília C. Cunha. Sistemas de informação gerenciais para programa de qualidade total em pequenas empresas da região de Campinas. Ciência da Informação, Brasília, v. 28, n. 1, p. 49-58, jan./abr. 1999.

CHAGAS, Fernando Celso D. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 1999. 320 p.

CORREA, H. L., PROCHNO, P. J. L. C. Desenvolvimento de uma estratégia de manufatura em um ambiente turbulento. São Paulo. Vol.1, 1998. completar

COUTINHO, L. CASSIOLATO, J.E.; SILVA, A. Telecomunicações, Globalização e Competitividade. São Paulo: Editora Papirus, 1995.

COUTINHO, Luciano; FERRAZ, João Carlos (coord.). Estudo da competitividade da indústria brasileira. São Paulo: UNICAMP, 1994, Cap. 5, Parte II : Recomendações a empresas e propostas de políticas: avançar em direção à gestão competitiva

FARAH JUNIOR, M.F. Pequena Empresa e Competitividade: Desafios e Oportunidades. 2. Ed. Curitiba: Jurirá, 2004. 250 p.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001. Estudos & Pesquisas. Informação Econômica no.1. Rio de Janeiro:, IBGE, 2003.

LA ROVERE, R.L. Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. Revista de Economia Contemporânea, Rio de Janeiro, volume 5 Ed. Especial, 2001.

LA ROVERE, R.L. Diffusion of Information technologies and changes in the telecommunications sector: the case of Brazilian small-and-medium-sized enterprises. Information Technology & People. Cidade, MCB University Press. Vol. 11, no. 3, 1998.

LA ROVERE, R.L. Difusão de tecnologias da informação e desempenho competitivo em pequenas e médias empresas: dois estudos de caso. Artigo apresentado no I Workshop Brasileiro de Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento, Rio de Janeiro, Outubro de 1999. Anais (disponível em CDROM).

LA ROVERE, R. L. As pequenas e médias empresas na economia do conhecimento. In:

LASTRES, Helena M., ALBAGLI, Sarita (org.) Informação e globalização na era do conhecimento. , Rio de Janeiro: Campus, 1999. p. 145-163

LEGEY, L.R.I. Oportunidades para PME na Era Digital: Perspectivas no Setor de Telecomunicações no Brasil. Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais, Instituto de Economia – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. Isto é texto disponível na home-page da REDESIST, cite a home-page

LEI 9.841 de 05/10/1999, Estatuto das micro e pequenas empresas.

LEONE, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto Guerra. A Dimensão Física das Pequenas e Médias Empresas. A procura de um critério homogeneizador. Revista de Administração de Empresas., São Paulo, : v.31,n02p.53-59, abr/jun.,1991.

MARTIN, C. J. Information management in the smaller business: the role of the top manager. International Journal of Information Management, nome da cidade? v. 9, n. 3, p. 187-197, sep.1989

MORAES, G. D. A. TERENCE, A. C. F. ESCRIVÃO FILHO, E A tecnologia da informação como suporte à gestão estratégica da informação na pequena empresa. .Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação

OECD, Enhancing the competitiveness of SME in transition economies and economy and their partnership with SMEs of OECD countries Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers, Bologna, Italy, 14-15 Junho, 2000.

OLIVEIRA, M., BERTUCCI, M.G.E.S. A pequena e média empresa e a gestão da informação.

PINHEIRO, M. Gestão e desempenho das empresas de pequeno porte: uma abordagem conceitual e empírica, 1996. Dissertação (Mestrado em Economia) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo

RODRIGUES, M.E. O conhecimento nas micro e pequenas empresas: um estudo sobre sua absorção e utilização nas micro e pequenas empresas fluminenses. 2000. 157 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 16 de Abril de 2005.

TELECO. Informações para o aprendizado contínuo em Telecomunicações. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/>>. Acesso em: 15 de Abril de 2005.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. “Gestão do Conhecimento - O Grande Desafio Empresarial”. São Paulo: Negócio Editora, 2001.