

Logotipo da UNICAMP



TCC/UNICAMP
T189m
1290003792 1290003792/IE

DAYANE COSTA TAKANO

E-mail: daycostatakano@hotmail.com

**MORTALIDADE E SOBREVIVÊNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS
NA ESTRUTURA PRODUTIVA INDUSTRIAL: IMPORTÂNCIA DOS
ASPECTOS RELACIONADOS AO EMPREENDEDOR E ÀS
POLÍTICAS DE APOIO**

Monografia apresentada no
Curso de Graduação em Ciências
Econômicas do Instituto de Economia da
Universidade Estadual de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Juan Bacic

Bacic, Miguel Juan

TCC/UNICAMP
T189m
1290003792/IE

CEDOC/IE/UNICAMP

1290003792

DAYANE COSTA TAKANO

**MORTALIDADE E SOBREVIVÊNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS
NA ESTRUTURA PRODUTIVA INDUSTRIAL: IMPORTÂNCIA DOS
ASPECTOS RELACIONADOS AO EMPREENDEDOR E ÀS
POLÍTICAS DE APOIO**

CAMPINAS

2008

RESUMO

As pequenas empresas no setor industrial possuem uma alta taxa de mortalidade nos primeiros anos de vida. O objeto deste trabalho é entender os motivos da mortalidade e da sobrevivência destas empresas através do estudo sobre o empreendedor, suas redes de relacionamento e o conhecimento.

Palavras-chave: pequenas empresas- setor industrial- mortalidade-sobrevivência.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Participação percentual do número de empresas, segundo o tempo de existência da empresa no mercado. Brasil- 2005	15
Figura 2- Participação percentual do pessoal Ocupado nas empresas, segundo o tempo de existência da empresa no mercado- Brasil- 2005	17
Figura 3- Principais problemas dos primeiros três anos	19
Figura 4- Dinâmica de Informação e Competitividade	30
Figura 5- Comparação entre as taxas de mortalidade das empresas registradas na JUCESP e das empresas clientes do SEBRAE-SP	32

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Taxa de mortalidade por região e Brasil (2000-2002). %	15
Tabela 2 Componentes da rede que contribuíram para o acesso aos recursos necessários para iniciar a empresa- segundo atividade (em %)	25
Tabela 3- Fonte de recursos segundo estágios dos Empreendedores Brasil- 2007	26
Tabela 5- Onde o empreendedor teve ou espera receber orientação para iniciar, abrir ou administrar o negócio- Brasil 2007	27
Tabela 6- Tipo de orientação que o empreendedor teve ou espera receber para iniciar, abrir ou administrar o negócio segundo estágio do empreendimento- Brasil 2007	34

LISTA DE QUADROS

Quadro I- Classificação das empresas segundo o número de funcionários.	12
Quadro II- Classificação das empresas segundo o faturamento bruto anual	12
Quadro III- Classificação das empresas pelo faturamento anual e número de empregados	12
Quadro IV: Estimativas do custo social do fechamento das empresas paulistas	17
Quadro V: Características dos empreendedores	23
Quadro VI: Universo de informações	29

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1: AS PEQUENAS EMPRESAS NA ESTRUTURA INDUSTRIAL DO BRASIL	11
1.1 O CONCEITO DE PEQUENA EMPRESA NO SETOR INDUSTRIAL	11
1.2 AS POSSIBILIDADES DE INSERÇÃO DAS PEQUENAS EMPRESAS NA ESTRUTURA PRODUTIVA INDUSTRIAL	13
1.3 A MORTALIDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS NO SETOR INDUSTRIAL	15
1.4 CUSTOS DA MORTALIDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS	17
1.5 CAUSAS DA MORTALIDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS	18
CAPÍTULO 2: CONDIÇÕES E CARACTERÍSTICAS NECESSÁRIAS PARA O EMPREENDEDOR	21
2.1 AS CARACTERÍSTICAS NECESSÁRIAS PARA UM EMPREENDEDOR	21
2.2: AS REDES DE RELACIONAMENTO DE UM EMPREENDEDOR E SEU ACESSO ÀS INFORMAÇÕES	24

CAPÍTULO 3: POSSÍVEIS POLÍTICAS DE APOIO PARA CONTRIBUIR COM A SOBREVIVÊNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS AO LONGO DE SEUS PRIMEIROS ANOS DE VIDA	28
3.1 A COMPLEXIDADE DAS INFORMAÇÕES E AS INSTITUIÇÕES DE APOIO	28
3.2 POSSÍVEL PAPEL DAS UNIVERSIDADES NO APOIO AO EMPREENDEDORISMO	32
CONCLUSÃO	36
REFERÊNCIAS	38

INTRODUÇÃO

As pequenas empresas constituem a imensa maioria das empresas industriais e são responsáveis por uma parcela significativa do produto social, dos empregos, salários e impostos recolhidos.

No Brasil, as pequenas empresas constituem um universo de aproximadamente 3,5 milhões de unidades, mobilizando um contingente estimado de 60 milhões de pessoas, entre empreendedores, suas famílias e funcionários, respondendo por 98% dos estabelecimentos industriais, comerciais e de serviços e praticamente 60% dos empregos urbanos (SEBRAE, 2004). No entanto, através de estatísticas do SEBRAE, pode-se verificar que 49,4% destas empresas morrem com até dois anos de existência.

Existe um conjunto de fatores que fragilizam as pequenas empresas; as deixam sensíveis às mudanças nas empresas concorrentes e às variações econômicas; que impactam na sua capacidade competitiva; que as subordinam às estratégias das grandes empresas; que fragilizam sua gestão interna; que não permitem o seu desenvolvimento.

O objetivo da pesquisa é estudar as razões que levam uma proporção importante das empresas encerrarem suas atividades nos primeiros anos de vida. Por isso, a questão que precisa ser resolvida em relação às pequenas empresas é:

Quais os fatores que dificultam a sobrevivência das pequenas empresas no setor industrial?

Trata-se de um problema que envolve a maioria das empresas, a manutenção de muitos empregos e o próprio processo de crescimento econômico do Brasil.

Respondendo a esta questão também será possível entender quais os fatores que possibilitam a sobrevivência e o crescimento dessas empresas e formular algumas recomendações de políticas para melhorias.

O objetivo neste trabalho é responder o problema que leva à mortalidade. Desse modo, será possível identificar as saídas para resolver o questão da falência das pequenas empresas.

Existem inúmeros motivos que explicam a mortalidade, mas adotou-se como hipótese que a questão chave não está nas dificuldades de financiamento, nas altas taxas de impostos, num contexto macroeconômico desfavorável, a resolução do problema encontra-se principalmente na falta de qualificação do candidato a empresário, que avalia mal a

oportunidade de se transformar em empreendedor e que não possui o conjunto de pré-requisitos e competências necessários para manter sua empresa em funcionamento.

Estes requisitos têm a ver com os conhecimentos e redes de relações acumuladas ao longo de sua vida e devem ser ativados por competências empreendedoras (as que são diferentes das competências administrativas, tal como lembrado por Penrose (1962)).

Neste aspecto políticas de natureza mais macro, tais como a ampliação do acesso ao crédito, a diminuição dos juros e dos impostos, devem ser vistas como de natureza complementar às políticas mais específicas que facilitem acesso aos conhecimentos e às redes e que se concretizam na forma de melhoria da educação geral e empreendedora, que alterem o papel da universidade de modo que ela tenha ações mais focadas com relação ao estudo e estímulo ao empreendedorismo.

CAPÍTULO 1: AS PEQUENAS EMPRESAS NA ESTRUTURA INDUSTRIAL DO BRASIL

Antes de começar a entender os motivos da alta taxa de mortalidade das pequenas empresas é preciso saber o que é considerada uma pequena empresa industrial, por isso, o item 1.1 busca a compreensão deste conceito.

O setor industrial é bastante heterogêneo principalmente em relação às diferenças na inserção de grandes empresas das pequenas, portanto, no item 1.2, busca-se explicar as formas de inserção das pequenas empresas na estrutura produtiva industrial.

Já no item 1.3, busca-se entender as taxas de mortalidade das pequenas empresas do setor industrial.

Existe um custo social da mortalidade que será retratado no item 1.4 e as causas da mortalidade serão apresentadas no item 1.5.

1.1 O CONCEITO DE PEQUENA EMPRESA NO SETOR INDUSTRIAL

No Brasil, em 2003, no setor industrial encontravam-se 18% do total das empresas do Brasil. As pequenas empresas juntamente com as microempresas correspondiam a 96% do setor e a 51% dos trabalhadores formais no setor (SEBRAE, 2004).

No período de 1996 a 2000, ocorreram várias mudanças para as pequenas empresas no setor industrial. O número de empresas formais, por exemplo, aumentou de 27011 para 37227. A distribuição de pessoas ocupadas no setor industrial das pequenas empresas aumentou de 18,4% para 22,2% (Observatório SEBRAE, 2005).

A classificação das pequenas empresas se diferencia entre número de funcionários e faturamento para várias instituições. Seguem abaixo, as classificações de acordo com o SEBRAE (2004); Estatuto da MPE (1999); SIMPLES (2005) e MTE/RAIS:

Quadro I: Classificação das empresas segundo o número de funcionários	
PORTE	Indústria (número de funcionários)
Microempresa	até 19
Pequenas empresas	de 20 a 99
Médias empresas	de 100 a 499
Grandes empresas	mais de 499

Fonte: SEBRAE (2004).

Quadro II: Classificação das empresas segundo o faturamento bruto anual	
Porte	Faturamento bruto anual
Microempresas	até R\$ 244.000,00
Pequenas empresas	de R\$ 244.000,00 a R\$ 1.200.000,00

Fonte: SEBRAE (2004).

Quadro III: Classificação das empresas pelo faturamento anual e número de empregados			
Porte		Pequenas empresas	Médias empresas
Ordenamentos jurídicos	Microempresas		
Estatuto da MPE (Receita bruta anual)	R\$ 433.000,00	R\$ 2.133.000,00	-----
SIMPLES (Receita bruta anual)	R\$ 240.000,00	R\$ 2.400.000,00	-----
M T E/RAIS (número de empregados)	0-19	20-99	100-499

Fonte: Lei 11.196 /2005 (SIMPLES)

Lei 9.841/1999 (Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte)

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

As classificações anteriores são indicativas, não é possível distinguir o que é uma pequena empresa apenas pelo número de funcionários ou seu faturamento, pois as pequenas empresas são muito heterogêneas. A distinção das pequenas para as médias e grandes é definida por um conjunto de características e dificuldades que as pequenas têm que enfrentar como a complexidade da estrutura organizacional, o grau de centralização e delegação, as barreiras de entrada, as economias de escala, os problemas de acesso ao financiamento, os espaços ocupados na estrutura do setor.

No Brasil, uma característica marcante de muitas pequenas empresas é o uso de mão de obra de baixo custo e não organizada. Muitos empresários abrem pequenas empresas em busca de mais autonomia, sem um patrão que o comande; ou mesmo a procura de uma alternativa ao desemprego. Nem sempre há planejamento prévio para a abertura da empresa, e o empresário tende a procurar baixos custos na contratação de mão-de-obra e na não formalização do contrato de trabalho.

O que deve ser ressaltado e analisado é que mesmo possuindo várias deficiências estruturais, as pequenas empresas continuam sendo constantemente criadas porque elas também possuem algumas vantagens como a simplicidade da estrutura organizacional e a maior flexibilidade.

A taxa de entrada de pequenas empresas no mercado aumenta em períodos de estabilidade e expansão econômica. Mas a taxa de saída aumenta com as crises porque diferentemente das grandes empresas que conseguem se ajustar às novas condições a partir de seu poder de mercado realizando ajustes em várias dimensões, as pequenas empresas nem sempre conseguem e acabam falindo. Muitas empresas de médio porte acabam diminuindo o número de funcionários e se tornando pequenas empresas.

1.2 AS FORMAS DE INSERÇÃO DAS PEQUENAS EMPRESAS NA ESTRUTURA PRODUTIVA INDUSTRIAL

No Brasil e no resto do mundo, há um grande distanciamento entre as pequenas empresas e as grandes empresas devido o agigantamento das últimas e as fragilidades das primeiras. Como resultado disso, há um distanciamento das pequenas empresas do fornecimento de produtos mais especializados e nobres, enquanto as grandes empresas comandam grandes redes de fornecedores de primeira linha e atendem às exigências tecnológicas de clientes.

A estrutura produtiva do país é composta por pequenas empresas que preenchem os espaços não ocupados pelas grandes empresas e complementam as atividades das grandes empresas ao serem partes integrantes do seu modo de funcionamento e relacionamento. Ou seja, os espaços das pequenas empresas têm ligação com o contexto das relações políticas entre as classes sociais e sua representação legítima na estrutura de poder controlada pelas conexões e alianças do grande capital, privado nacional, estatal e transnacional.

A inserção das pequenas empresas na estrutura produtiva industrial pode ocorrer de quatro formas, em cada uma observam-se as dificuldades e deficiências das empresas ou mesmo as vantagens que permitem a sobrevivência (SOUZA, MAZZALI e BACIC, 2007).

A primeira é a das pequenas empresas em mercados competitivos caracterizadas pelo uso de menores custos de mão-de-obra como estratégia competitiva ao invés de inovação. Por isso, são muito utilizadas pelas Grandes Empresas como amortecedores em relação à demanda e tendem a sobreviver apenas em mercados com menores barreiras de entrada. Portanto, trata-se de uma forma de inserção frágil e deficiente, onde se podem observar problemas como a falta de tecnologia, de financiamento, de gestão interna, vulnerabilidade às variações econômicas, de produtividade, de concorrência.

A segunda forma de inserção é em novos nichos de mercado o que é bastante positivo na questão de sobrevivência e está relacionado às vantagens como o empreendedorismo dos empresários, a inovação, a sensibilidade ao mercado, a tecnologia específica do nicho. A sobrevivência é favorecida pela menor concorrência, pela especialização devido *know-how* e ocupação, mão-de-obra especializada e qualificada, pela inovação. Mas também pode haver problemas que levem ao encerramento das atividades como a dificuldade de obtenção de financiamento ou a irrecusável proposta de compra por uma empresa maior.

A terceira é a inserção em redes sem liderança de grandes empresas, ou seja, as organizações coletivas e cooperativas. Formam-se distritos industriais que possuem a vantagem competitiva devido à divisão vertical e horizontal do trabalho e da estreita colaboração entre o conjunto de empresas. Com isso, diminui a divisão de trabalho por empresa enquanto aumenta a divisão de trabalho no interior do distrito, há um uso das sinergias potenciais, há a baixa hierarquia nas relações entre empresas, garantindo grande flexibilidade.

As redes de mesmo setor e localidade são vantajosas na compra de insumos, na redução de custos e na melhora de abastecimento, na contratação de consultoria especializada, no uso de máquinas de alto custo, na venda de produtos iguais o que permite a economia de escala, ou na venda de produtos complementares para ter variedade.

Esta associação gera capacidade produtiva para satisfazer mercados grandes, o que aumenta a competitividade. Permite também uma mudança no comportamento, pois gera inovações da mentalidade, das instituições, dos processos produtivos, de produtos e no funcionamento da cadeia produtiva.

As redes permitem mais dinamismo, mais poder coletivo de manobra, maior desenvolvimento industrial e principalmente maior proteção para as pequenas empresas porque, em crise, possuem pelo menos a posição regional, diminuindo a incerteza.

E a quarta possibilidade de inserção é de empresas integrantes de redes comandadas por grandes empresas, ou seja, pequenas empresas que são usadas nas estratégias das grandes e no processo de desintegração vertical que vem ocorrendo.

São as pequenas empresas subcontratadas, fornecedoras, prestadoras de serviços eventuais, pequenas consultorias especializadas, revendedoras, franchisees e licenciadas. Como são complementares das Grandes empresas sua sobrevivência e desempenho podem estar fora da sua esfera de decisões. Há um pouco mais de garantia e poder de barganha para aquelas que participam de “comunidades” de pequenas empresas que possuam eficiência coletiva.

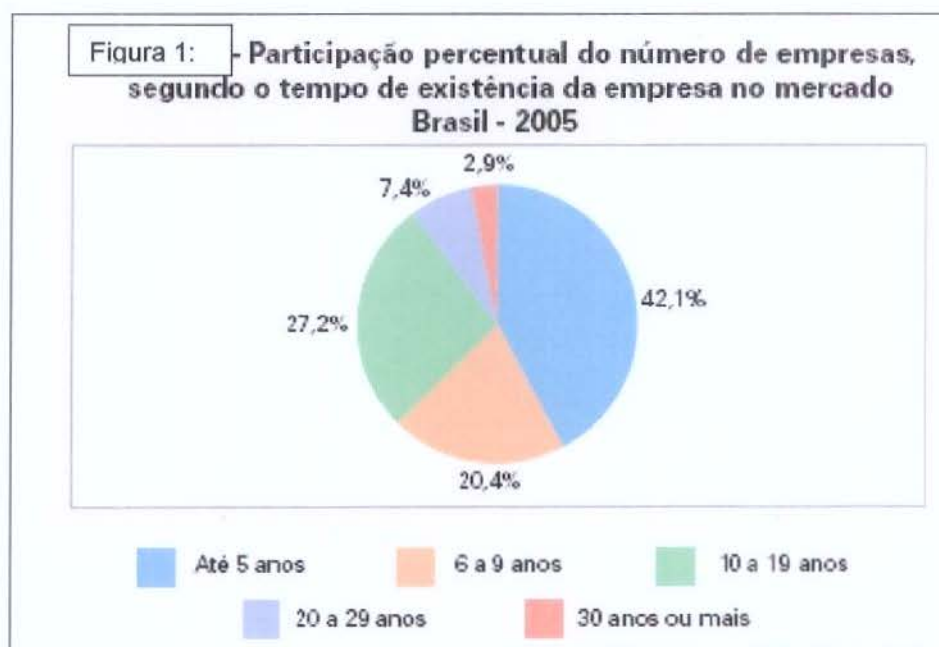
As pequenas empresas podem ocupar diferentes espaços na estrutura produtiva e em cada um há características, vantagens e desvantagens diferentes. No entanto, o espaço não é o principal fator determinante da longevidade e mortalidade porque independentemente da inserção, há características necessárias para o empresário conseguir abrir, desenvolver e manter sua empresa.

1.3 A MORTALIDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS NO SETOR INDUSTRIAL

De acordo com o Observatório Sebrae (2004), para as empresas constituídas em 2000, 2001 e 2002, as taxas de mortalidade verificadas são: 49,4% para as empresas com até 2 anos de existência (2002); 56,4% para as empresas com até 3 anos de existência (2001) e 59,9% para as empresas com até 4 anos de existência (2000). As taxas de mortalidade, conforme a tabela, não se diferenciam muito entre as regiões do país, por isso não é possível afirmar que as causas do encerramento destas empresas estejam relacionadas às dificuldades específicas de certas localidades no Brasil.

Tabela 1: Taxa de mortalidade por região e Brasil (2000-2002) em %						
Ano de constituição	Regiões					Brasil
	Sudeste	Sul	Nordeste	Norte	Centro oeste	
2002	18,9	52,9	46,7	47,5	49,4	49,4
2001	56,7	60,1	53,4	51,6	54,6	56,4
2000	61,1	58,9	62,7	53,4	53,9	59,9

Fonte: Observatório Sebrae (2004).



Fonte: IBGE (2005).

O Observatório Sebrae (2005), mostra que 62,5% das empresas brasileiras estão estabelecidas no mercado há menos de 10 anos e a maior parcela, 42,1%, das empresas foram criadas há menos de 5 anos. Apenas 2,9% das empresas foram criadas há 30 anos ou mais, de acordo com a figura 1, acima.

Em relação ao pessoal ocupado, a participação destas empresas com 30 anos ou mais de idade representava 20,0% do total das pessoas ocupadas, conforme o gráfico abaixo. Embora as empresas com mais tempo de existência sejam uma parcela mínima do total de empresas, empregam uma porcentagem significativa de trabalhadores. Portanto, alcançar a longevidade não é só um benefício para a empresa, mas para condição sócio-econômica do país.

Para a empresa porque permite acumular experiência; maior conhecimento da marca e da empresa que pode até se tornar tradicional com o tempo; garante maiores e mais estáveis redes de relacionamento; dá mais poder de barganha nas negociações contratuais; garante mais acesso aos financiamentos.

E para o país porque garante empregos e contribui para o desenvolvimento.

Figura 2: - Participação percentual do pessoal ocupado nas empresas, segundo o tempo de existência da empresa no mercado - Brasil - 2005



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 2005.

1.4 CUSTOS DA MORTALIDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS

A mortalidade das pequenas empresas representam custos para sociedade porque acarreta perda financeira e de postos de trabalho. Só em 2006, por exemplo, das 81.324 empresas paulistas fechadas, eliminaram-se 267 mil empregos (SEBRAE-SP, 2008).

Quadro IV: Estimativas do custo social do fechamento das empresas paulistas

Eliminação de		Custo em 2004	Custo em 2006
(A)	Empresas	73 mil empresas	81 mil empresas
(B)	Ocupações	281 mil ocupações	267 mil ocupações
(C)	Poupança Pessoal (capital investido)	R\$ 1,7 bilhão	R\$ 2,2 bilhão
(D)	Faturamento	R\$ 12,1 bilhões	R\$ 13,5 bilhões
(C) + (D)	Perda Financeira Total	R\$ 13,8 bilhões	R\$ 15,7 bilhões

Fonte: SEBRAE-SP (2008).

De acordo com o SEBRAE-SP (2008) 77% destas empresas que fecharam perderam parcial ou integralmente os recursos nekas aplicados. Sendo que a perda média de recursos foi em torno de R\$ 34.095 mil o que chega numa perda total de R\$ 2.2 bilhões em 2006.

Considerando que uma empresa paulista gera, em média, R\$ 14.814 por mês, significa dizer que há uma perda de R\$ 13,5 bilhões por ano de faturamento que ajuda alavancar a economia.

1.5 CAUSAS DA MORTALIDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS

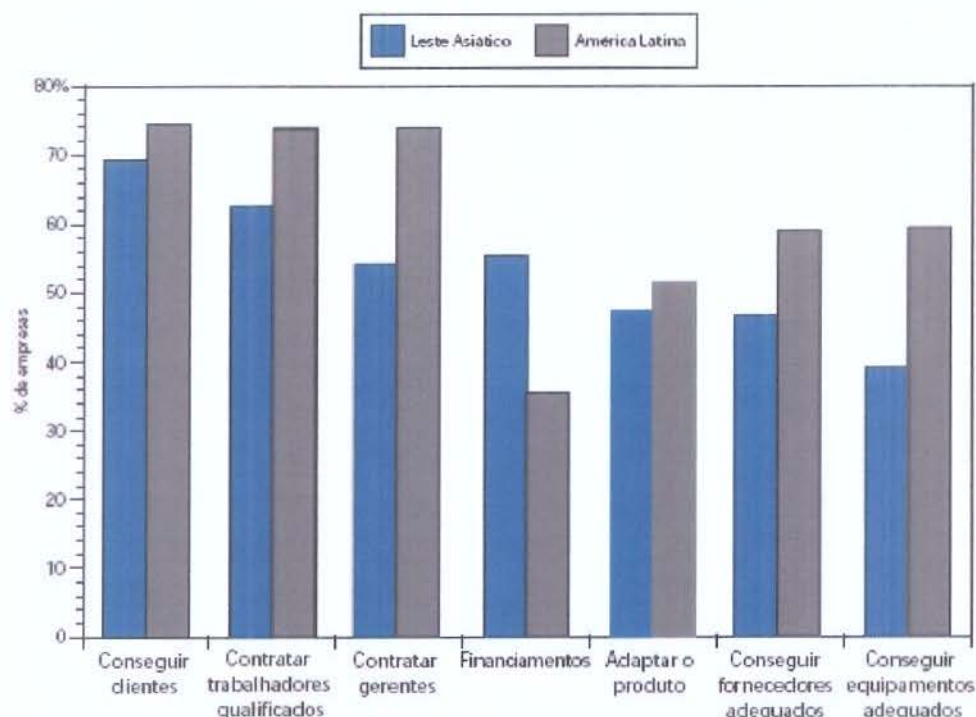
De acordo com a pesquisa do Observatório SEBRAE (2004), a mortalidade das empresas deve-se basicamente a certos fatores externos ou conjunturais e aos fatores internos de gestão.

São vários fatores determinantes da mortalidade, de acordo com o resultado da pesquisa de opinião dos empresários das empresas extintas. São eles: falta de capital de giro e o conseqüente descontrole de fluxo de caixa ou mesmo sua falta (42%), problemas financeiros com a situação de alto endividamento (21%), localização inadequada (8%) e falta de conhecimentos gerenciais (7%). Além disso, predominaram as causas econômicas conjunturais, como a falta de clientes (25%), maus pagadores (16%) e recessão econômica no País (14%), sendo que o fator “falta de clientes” pressupõe, também, falhas no planejamento inicial da empresa, como o não direcionamento de seus esforços de marketing ou, até mesmo, uma escolha errada de seu público-alvo. Outra causa indicada, em 14% de citações, refere-se à falta de crédito bancário.

Segundo o Observatório Sebrae (2004), para aumentar as chances de sobrevivência e sucesso de uma pequena empresa é necessário: ter alguma experiência prévia no ramo de atividade da empresa; analisar o mercado de atuação; planejar atividades, principalmente em relação aos fornecedores, aspectos legais do negócio e qualificação de mão de obra disponível no mercado; utilizar ferramentas básicas de administração, procurando aperfeiçoar seus produtos e serviços frente às necessidades dos clientes; ter disponibilidade de capital.

Na pesquisa do BID coordenada por Kantis *et. al* (2002), aponta-se que nos três primeiros anos, há muita dificuldade de conseguir clientes, contratar empregados qualificados e gerentes na América Latina.

Figura 3: Principais problemas dos primeiros três anos



Fonte: Kantis *et. al* (2002).

Na pesquisa do SEBRAE-SP (2008), foi identificado que as principais causas da mortalidade das empresas são a ausência de um comportamento empreendedor, ausência do planejamento prévio, deficiências na gestão empresarial, insuficiência de políticas de apoio, problemas de conjuntura econômica e problemas pessoais.

Portanto não é apenas um único fator, mas um conjunto de fatores que, combinados, podem aumentar ou reduzir o risco do fechamento da empresa.

Uma análise mais apurada das dificuldades mencionadas permite concluir que várias das dificuldades apontadas são sintomas e não causas de problemas. Assim, a falta de capital de giro pode até ser uma das causas, mas também pode sinalizar deficiências quanto a competências de gestão ou também a entrada no negócio sem estudos prévios para dimensionar o capital necessário. Pode ser reflexo de imperfeições no sistema financeiro. Ou seja, um único sintoma pode ter várias causas.

Os motivos da sobrevivência das pequenas empresas e as causas da mortalidade podem ser inicialmente explicados por vários fatores como a falta de financiamento, os espaços ocupados na estrutura industrial, a alta tributação, a concorrência de produtos importados, a inexistência de capital inicial. No entanto, são fatores que não constituem a chave de estudo para analisar a questão da durabilidade destas empresas. Tal como foi discutido, há problemas que tem a ver com o processo de criação de empresa, que podem explicar porque muitas destas

empresas já nascem condenadas a morrer. A gênese destes problemas esta nas características do empreendedor, do seu conhecimento e de suas redes de relacionamento, temas que serão abordados no próximo capítulo.

CAPÍTULO 2: CONDIÇÕES E CARACTERÍSTICAS NECESSÁRIAS PARA O EMPREENDEDOR

Este capítulo tem como objetivo explicar e entender a importância da resolução de pontos fundamentais para a sobrevivência da pequena empresa industrial.

Mais do que um empresário que tenha interesse de constituir uma empresa, que já tenha capital inicial, é preciso um empreendedor porque não se trata de um processo simples, exige-se que várias características de empreendedorismo estejam e se desenvolvam ao longo do tempo no empresário.

No item 2.1 será realizado um estudo sobre as características que precisam ser desenvolvidas em um empreendedor para que este possa abrir e administrar a pequena empresa.

Além de ser empreendedor, o empresário precisa ter uma rede de relacionamentos da qual possa obter informações, benefícios, empréstimos e também precisa ter acesso às informações sobre clientes, tecnologia, processos industriais, competidores, fornecedores, economia que lhe garantam condições para abrir e desenvolver sua empresa no setor industrial, o que será discutido no item 2.2.

2.1 AS CARACTERÍSTICAS NECESSÁRIAS PARA UM EMPREENDEDOR

Uma das principais causas da mortalidade das pequenas empresas está relacionada às deficiências do empreendedor. Sendo o empreendedor, aquele indivíduo que detém uma forma especial, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução; principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É também, o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo com muito custo.

O conhecimento do empreendedor é um fator essencial para o sucesso e a conseqüente sobrevivência da empresa. Dentre os fatores que formam o conhecimento estão o nível de escolaridade; a experiência prévia de trabalho em atividade relacionada com seu empreendimento; a idade do empreendedor também pode ser um fator explicativo do tempo disponível para acumular competências; um contexto familiar favorável; o estudo especializado na área do empreendimento (BACIC e SOUZA, 2008, p. 04-08).

Katz (1986) assim como vários outros autores defende que os empreendedores possuem habilitação, ele utiliza o termo habilitação como sinônimo de habilidade. E o conceitua do seguinte modo: "o termo habilitação implica na capacidade que pode ser desenvolvida, e não necessariamente inata, que se manifesta no desempenho e não apenas em potencial".

A partir desta conceituação, o autor apresenta três habilitações básicas direcionadas a um bom desempenho gerencial.

Habilitação técnica: consiste na compreensão e proficiência num determinado tipo de atividade, especialmente naquela que envolva métodos, processos e procedimentos ou técnicas.

Habilitação humana: é a facilidade para trabalhar como integrante de um grupo e de realizar um esforço conjunto com os demais componentes na equipe.

Habilitação conceitual: é a forma como se compreende e reage ao sentido em que os negócios devem desenvolver-se, os objetivos e políticas da empresa, etc (KATZ, 1986).

Alguns autores defendem que as habilidades são determinadas geneticamente, por isso há um limite para o desenvolvimento determinado pela capacidade genética.

Mas muitos defendem que é possível, não só desenvolver as habilidades como as capacidades (TONELLI, 1997). Porque apesar das habilidades e informações disponíveis diferirem entre as firmas no momento de entrada, os empreendedores são capazes de evoluir por meio do aprendizado e da adaptação das ações da firma às exigências da demanda. Assim, ela estará apta a, após sua entrada no mercado, diminuir ou aniquilar aquela diferença. Além disso, quanto mais turbulento for determinado mercado, mais mudarão as oportunidades pós-entrada disponíveis às firmas e mudarão as ações requeridas para o crescimento e a sobrevivência destas. Portanto, sobreviverão aquelas com mais habilidades em aprender acerca de seu ambiente, adaptando suas ações às mutações ambientais, ou seja, o mercado realizaria uma adaptação evolutiva (NELSON e WINTER, 1982).

Além das habilidades, os empreendedores também possuem valores que são um conjunto de crenças, preferências, aversões, predisposições internas e julgamentos que caracterizam a visão de mundo de um indivíduo. Constituem-se num dos aspectos que mais contribuem para o desenvolvimento das características individuais (Empinotti, 1994).

O quadro V é composto é um resumo a cerca do que é um empreendedor.

Há vários fatores que podem prejudicar o desenvolvimento da empresa e que estão relacionadas ao gestor, como mudança de cidade, oportunidade boa de venda da empresa, problemas pessoais, nova oportunidade de emprego (MACHADO e ESPINHA, 2003, p. 07).

Existem outros autores que não focalizam o conceito de empreendedorismo nas características do empreendedor, mas num processo, como Kantis *et al* (2002), que defendem a existência de três etapas. Sendo a primeira delas a incubação da idéia, quando identificam-se as oportunidades e realizam-se os planejamentos e, em que a experiência no trabalho e a interação com outras pessoas, são fatores fundamentais. A segunda etapa é o início do empreendimento e a terceira é a consolidação inicial. Defende-se que nestas etapas há fatores motivacionais, competências, redes de sustentação e recursos financeiros que são fundamentais para o sucesso (Bacic e Souza, 2008).

Quadro V: Características dos empreendedores:		
Características	Especificação	Referência
Necessidades	Aprovação	Birley & Westhead (1992)
	Independência	
	Desenvolvimento pessoal	
	Segurança	
	Auto-realização	
Conhecimento	Aspectos técnicos	Lezana (1995)
	Relacionados com o negócio	
	Experiência na área comercial	
	Escolaridade	
	Experiência em empresas	
	Formação complementar	
	Vivência com situações novas	
Habilidades	Identificação de novas oportunidades	Ray (1993)
	Valoração de oportunidades e	
	Pensamento criativo	
	Comunicação persuasiva	
	Negociação	
	Aquisição de informações	
	Resolução de problemas	
Valores	Existenciais	Empinotti (1994)
	Estéticos	
	Intelectuais	
	Morais	
	Religiosos	

Fonte: Lezana, 1996.

O que ocorre no mercado brasileiro é que há muitas empresas abertas por pessoas que recorrem a abertura de um negócio como saída para o desemprego ou busca de maior renda, chamados de empreendedores por necessidade, e que, por isso, muitas vezes, não possui uma experiência prévia ou o desenvolvimento destas características necessárias para ser um empreendedor.

Mas isto não significa que o fato de não ter aprendido e desenvolvido estas características já determinem a mortalidade da empresa porque elas podem ser desenvolvidas ao longo do empreendimento.

Também existe outro tipo de empresário, chamado de empreendedor por oportunidade, com mais experiência, com estudos especializados na área do negócio, com várias competências já desenvolvidas. É um empreendedor que possui mais facilidade na fase de incubação da idéia porque planeja e identifica oportunidades com mais facilidade; no início do empreendimento e na consolidação inicial também porque tem conhecimento de como gerir os fatores financeiros, administrativos, operacionais da empresa e conhece a necessidade de estar atento às variações externas de competitividade.

As características de empreendedor contribuem para que o empresário consiga realizar estratégias, planejamentos, estudar o mercado antes de abrir o negócio e para que consiga administrar a empresa, saiba gerir seus ativos, seja sensível às mudanças econômicas, tecnológicas, consiga dar continuidade à empresa.

2.2 AS REDES DE RELACIONAMENTO DE UM EMPREENDEDOR E SEU ACESSO ÀS INFORMAÇÕES

As redes de relacionamento do empreendedor também são fatores essenciais, pois permitem o acesso a recursos importantes: tecnologia, informações sobre o mercado, acesso a clientes, a bons fornecedores, a contratação de bons empregados. E constituem fator de diferenciação entre empreendedores de empresas dinâmicas dos de empresas não dinâmicas.

A rede pessoal é composta por familiares, amigos e conhecidos, que, de alguma forma, podem apoiar o empreendedor principalmente no acesso aos recursos no início da empresa.

A rede profissional é composta pelos contatos oriundos da experiência de trabalho do empreendedor e da sua experiência atual como empresário: colegas, fornecedores, clientes.

A rede institucional é constituída pelas instituições de apoio às pequenas empresas, pelas associações comerciais e empresariais, pelas universidades e pelos professores.

Na pesquisa de campo, Empreendedor e processo empreendedor no Brasil, realizada no Estado de São Paulo em segmentos do setor industrial e de serviços relacionados com a indústria, foram entrevistados 169 empreendedores por oportunidade, proprietários de empresas abertas, a partir de 1990, com, no mínimo, 3 anos de vida, todos sócios fundadores. As empresas foram divididas em dinâmicas (com 15 ou mais empregados) e em não dinâmicas (com menos de 15 empregados); empresas convencionais ou tradicionais (têxteis, cerâmicas, mecânicas, metalúrgicas, etc) e empresas com base no conhecimento com empresas de software, biotecnologia (Bacic e Souza, 2008).

Na tabela 2 há a demonstração da importância das redes de relacionamento para estas empresas. Observa-se que acesso às informações e à tecnologia-chave tem mais importância para as empresas com base no conhecimento do que para as tradicionais e que a rede de amigos é a fonte mais importante no início da empresa para o acesso de recursos.

No processo inicial da empresa, nas empresas convencionais o papel a ordem de importância é os amigos e fornecedores da região e os conhecidos. Já nas empresas com base no conhecimento a ordem é amigos, conhecidos e consumidores da região.

Para as empresas com base no conhecimento, a rede institucional tem um peso maior, enquanto que para as empresas tradicionais é a associação comercial que tem mais peso porque as empresas tradicionais dependem de fornecedores para o acesso à tecnologia, e as empresas com base no conhecimento têm maior espaço de criação ou pesquisa para obter a tecnologia.

Tabela 2: Componentes da rede que contribuíram para o acesso aos recursos necessários para iniciar a empresa- segundo atividade (em %)									
Rede	Informação			Tecnologia-chave			Outros recursos disponíveis		
	Total	Empr. Base Conhecimento	Empr. Tradicional	Total	Empr. Base Conhecimento	Empr. Tradicional	Total	Empr. Base Conhecimento	Empr. Tradicional
Rede profissional	80	77	81,3	64	68	61,6	49	43,9	51,8
Fornecedores da região	50	33	58	37	32	40,2	34	26,3	38,4
Consumidores localizados na mesma região	49	51	48,2	28	35	24,1	18	19,3	17,9
Consumidores localizados em outra região	44	42	45,5	26	25	26,8	24	19,3	26,8
Fornecedores de outra região	44	35	48,2	34	37	32,1	26	22,8	28,6
Outros colegas	24	28	21,4	17	19	16,1	9,5	12,3	8
Rede pessoal	78	74	79,5	65	68	62,5	47	45,6	48,2

Amigos	57	54	58,9	40	46	36,6	26	22,8	27,7
Conhecidos	52	54	50,9	38	44	34,8	23	22,8	22,3
Pessoas desconhecidas Apresentadas por alguém									
Conhecido	37	30	40,2	30	21	33,9	19	17,5	19,6
Parentes	27	21	29,5	17	14	18,8	17	19,3	16,1
Instituições	31	46	26,8	32	44	25,9	12	15,8	10,7
Professores	18	35	9,8	22	37	14,3	6,5	8,8	5,4
Universidades	17	25	12,5	21	28	17	6,5	8,8	5,4
Associação comercial	14	7	17	7,1	5,3	8	4,7	3,5	5,4
Instituição pública	9,5	18	5,4	5,9	11	3,6	3,6	8,8	0,9
Outros colegas	5,3	5,3	5,4	4,7	3,5	5,4	3,6	3,5	3,6
Média de menções	4,5	4,4	4,51	3,3	3,6	3,12	2,2	2,16	2,26

Fonte: Bacic e Souza, 2008.

Na Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) referente a 2007 sobre os empreendedorismo brasileiro, identificou-se que a maior fonte de recursos para o empreendedor são os familiares, outros parentes e amigos, o que comprova a fundamental importância da rede pessoal.

Tabela 3: Fonte de recursos segundo estágio dos empreendedores- Brasil- 2007				
Fonte de recursos	Estágio			
	Nascentes	Novos	TEA	Estabelecidos
	Proporção (%)			
Familiar próximo	59	64,7	62,2	70
Outro parente	15,4	13,7	14,4	12,5
Colega de trabalho	7,7	2	3,3	5
Estranho	2,6	3,9	2,2	2,5
Amigo ou vizinho	7,7	5,9	5,6	5
Crédito bancário para novos negócios	12,8	0	8,9	2,5
Programas governamentais	2,6	11,8	1,1	2,5
Outras fontes	1,3		7,8	17,5

Fonte: Pesquisa GEM (2007).

Bacic e Souza (2008) identificam que há uma relação positiva entre a escolaridade do empresário e o tamanho da rede. De acordo com a tabela 4, os entrevistados também

informaram que a rede de relacionamento é um meio que possibilita soluções para os problemas encontrados nos anos iniciais de vida da empresa.

Tabela 4: Importância da interação com a rede nos anos iniciais de vida da empresa (em %, menções múltiplas)	
Importância para:	Total
Obter informações sobre o contexto de negócios	89,7
Conseguir clientes	85,3
Conseguir bons fornecedores/ subcontratados	78,8
Contratar bons empregados	71,2
Média de menções	3,26

Fonte: Bacic e Souza, 2008.

As redes de relacionamentos geralmente são criadas ao longo da vida do empresário, até mesmo antes de abrir a empresa e não aumentam de forma fácil e simples.

Conforme estudado no item 1.2, uma das possibilidades de inserção das pequenas empresas é nas redes sem liderança das grandes empresas em que há uma cooperação entre empresas, ou seja, há a criação de uma rede de relacionamentos, uma das formas de aumentar uma rede de relacionamentos de um empreendedor que não exige uma vida inteira de desenvolvimento de contatos pessoais, profissionais, com as instituições.

Outra forma de criar a rede de relacionamentos são as incubadoras de empresas em que as empresas criadas e em desenvolvimento possuem uma infra-estrutura, equipes de consultoria e administração, qualificação e integração com outras empresas.

Como será discutido no próximo capítulo as instituições como SEBRAE e as Universidades também podem contribuir para o fortalecimento da rede de relacionamento, através dos cursos e outras formas de repasse de conhecimento.

As redes de relacionamentos que são de fundamental importância para o dinamismo da empresa e que são fatores que contribuem para a sobrevivência, podem ser conquistados ao longo da vida do empreendedor e ter sua criação estimulada através de redes de empresas, incubadoras, apoio de instituições.

CAPÍTULO 3: POSSÍVEIS POLÍTICAS DE APOIO PARA CONTRIBUIR COM A SOBREVIVÊNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS AO LONGO DE SEUS PRIMEIROS ANOS DE VIDA

Para garantir que os empresários desenvolvam as características de empreendedor e consigam redes de contatos e acesso às informações é possível o desenvolvimento de políticas de apoio que incentivem. Por isso serão discutidos o papel das universidades no empreendedorismo e a necessidade do acesso às informações.

3.1 A COMPLEXIDADE DAS INFORMAÇÕES E AS INSTITUIÇÕES DE APOIO

É necessário, além das redes de relacionamento, que o empreendedor tenha acesso às informações de interesse empresarial, envolvendo informações do ambiente dos negócios e suas oportunidades e as intrínsecas à empresa e ao setor a que pertence, passando por processos de rotina, planejamento, estratégia e desafios.

Devido às tecnologias de informação principalmente em meio eletrônico, tem crescido o número de serviços de informação e de bases de dados à disposição dos empresários.

Expandiram-se vários sistemas como os do Sebrae, CNI, Senai, Dampi, IEL, universidades, Embrapa, associações de classe, institutos de pesquisa em C&T (liderados pela Abipti) e suas interfaces com sistemas estrangeiros (TIPs, Latin, Intib/Unido, Unesco, Olamp e outros) e oficiais de informação (Simpri, Inpi, Inmetro e outros).

Mas ainda há muito que precisa ser feito para ampliar o acesso às informações principalmente dos pequenos empresários que não conseguem financiar estudos de mercado, econômicos, de prospecção tecnológica e mercadológica, bem como a participação em feiras e eventos como é feito nas grandes empresas. É preciso garantir o acesso a sistemas de

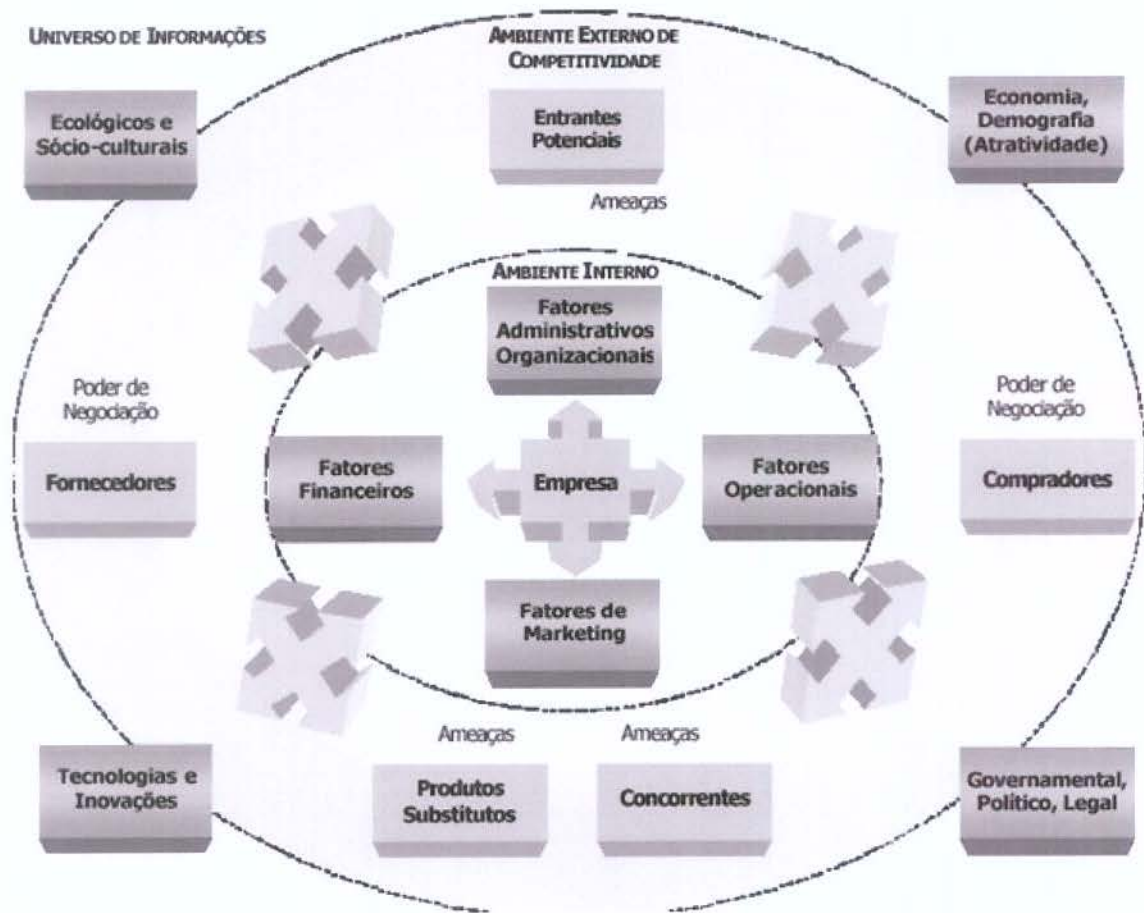
informação estratégica, nas áreas de tecnologia e de mercado, pois a informação acaba sendo um fator essencial para o sucesso.

Quadro VI: Universo de informações que o empreendedor precisa	
Informações	Importância
Tecnológicas e de inovação	Sabendo da disponibilidade de informações, deve-se estudar o nível tecnológico empregado no segmento por outras empresas, ao longo da cadeia econômica e suas redes de contato, a fim de superar a concorrência com dinamismo e estratégia.
Ecológicos e Sócio-culturais	Empresas que investem em produtos e novos modelos ecológicos têm, no longo prazo, reduzido suas perdas na produção, custos e a possibilidade de concorrer em novos mercados nacionais e internacionais onde exista maior procura e/ou aceitação de produtos deste tipo.
Governamental, Político e Legal	As políticas e legislações vigentes devem fazer parte do cotidiano da empresa. As informações são cada vez mais acessíveis e difíceis de manipular.
Econômicos, Demográficos (atratividade)	Deve-se analisar a situação demográfica e econômica do país, sua indústria e mercado, a fim de reconhecer novas tendências e se adaptar para enfrentar as barreiras, o dinamismo contínuo e identificar oportunidades de mercado.
Competitividade	O estudo das melhores práticas por meio de uma análise da concorrência é fundamental e engloba todos os fatores acima

	citados, além de buscar e conhecer novas possibilidades, ferramentas, estratégias, entre outros mecanismos que as empresas mais competitivas utilizam para se adaptar, inovar e sobreviver à concorrência.
--	--

Fonte: Motta e Imoniana (2005).

Figura 4: Dinâmica de Informação e Competitividade



Fonte: Motta e Imoniana (2005).

O quadro 6 e a figura 4 mostram as inúmeras informações que os empresários precisam obter para fazer estratégias, administrarem, relacionarem-se com seus clientes e fornecedores, a necessidade de conhecimento da legislação e de mudanças no mercado, o acompanhamento do desenvolvimento tecnológico.

A figura 4 mostra as informações por meio de um espectro de três níveis sobre os quais, o empresário precisa estar sempre informado: o universo das informações, o ambiente externo de competitividade e o ambiente interno da empresa:

Portanto há diversas áreas sobre as quais o empreendedor precisa conhecer, precisa buscar conhecimento, e é necessário ampliar e facilitar o acesso a estas informações, de modo que não seja a falta delas que levem os empreendedores a fracassarem.

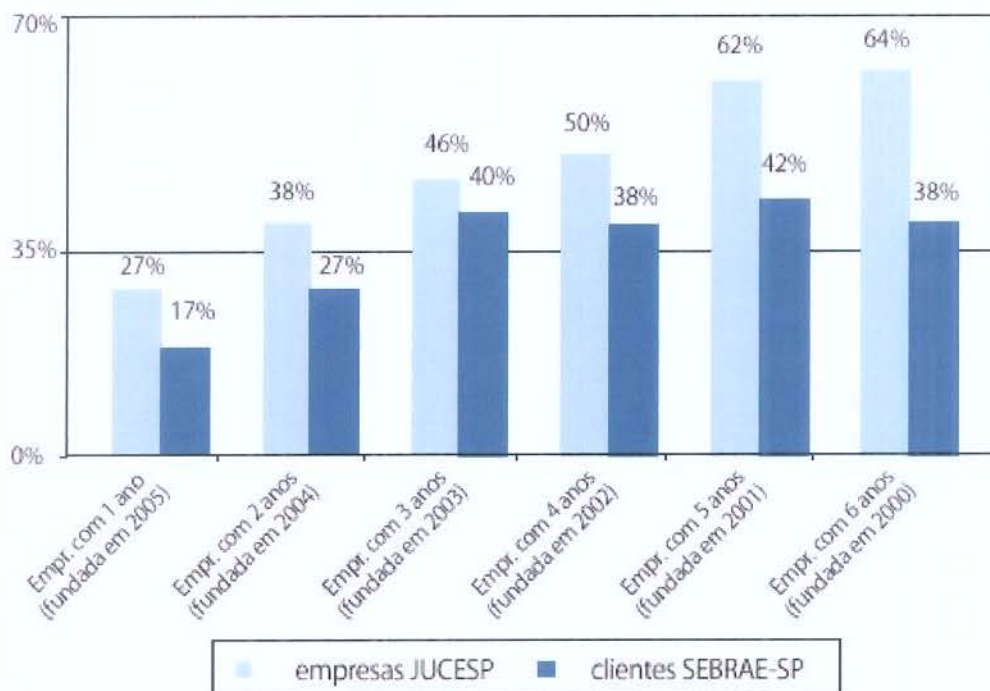
Uma instituição de destaque que contribui para o repasse de conhecimento e formação dos empresários é o Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

O SEBRAE tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Realiza capacitação de empreendedores e candidatos a empreendedores por meio de programas específicos pela televisão, rádio, produtos de orientação empresarial e cursos na Internet, programa de estímulos ao empreendedorismo nas escolas e ampliação dos postos de atendimento.

Há dez anos o SEBRAE-SP realiza um estudo sobre a mortalidade das empresas através de uma amostra representativa das empresas recém-abertas, calcula a taxa de mortalidade e realiza entrevistas com os empresários para identificar as causas do fechamento das empresas.

Para esta instituição o seu trabalho contribui muito para a redução da taxa de mortalidade. Na pesquisa 10 anos de Monitoramento da Mortalidade de Empresa, do SEBRAE-SP, realizaram uma comparação entre as taxas de mortalidade das empresas registradas na JUCESP e das empresas clientes do SEBRAE que são aquelas que possuem um cadastro e possuíram um produto ou serviço da instituição e foi concluído que a taxa de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP é sempre inferior à média do mercado, conforme a figura 5.

Figura 5: Comparação entre as taxas de mortalidade das empresas registradas na JUCESP e das empresas clientes do SEBRAE-SP



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

De acordo, com esta figura as taxas de mortalidade chegam a estar até 10% menores nas empresas clientes do SEBRAE-SP que alega que este resultado se deve a dois fatores principais. Em parte se devem ao perfil diferenciado deste grupo de empresas clientes, em relação à média do mercado, pois são empresas com maior escala de operação, mais empresas constituídas em sociedade do que a média do mercado; existência de cooperativas e associações, maior proporção de empresas no setor industrial e de serviços do que nas empresas cadastradas na JUCESP, os empresários clientes do SEBRAE-SP possuem mais escolaridade e mais formação. E, em parte, devido ao fato de que no SEBRAE, conseguem aprimorar o perfil empreendedor, por meio de cursos, consultoria e outros serviços oferecidos.

Para o SEBRAE-Sp este resultado é devido o crescimento das atividades da instituição e ao aumento do índice de penetração (Observatório SEBRAE-SP, 2008).

Portanto, o conhecimento tem que ser considerado um ativo que precisa ser gerido pelo empresário. Este conhecimento abrange informações necessárias para o funcionamento interno da empresa e informações sobre o ambiente externo dos competidores, da conjuntura econômica, tecnologias, legislação, políticas.

Os meios de acesso a estes conhecimentos para o empreendedor precisam ser ampliados e as instituições como o SEBRAE tem papel importante nesta ampliação.

3.2 POSSÍVEL PAPEL DAS UNIVERSIDADES NO APÓIO AO EMPREENDEDORISMO

As universidades, por exemplo, são importantes para a rede de relacionamento e na formação do empreendedor, contudo, o papel das universidades no empreendedorismo ainda precisa ser melhorado.

As universidades poderiam alterar as grades curriculares de modo a garantir que não sejam realizadas apenas capacitações técnicas, mas que haja o desenvolvimento das características de um empreendedor de maneira que os alunos tenham contato com aplicações práticas, que sejam estimulados a serem criativos, que simulem e conheçam situações reais. Um exemplo é a implementação de empresa júnior nas universidades, empresas compostas pelos estudantes.

É necessário formar alunos que não saibam só gerir, mas abrir uma empresa; alunos que saibam fazer e gerenciar projetos; ter capacidade de atuação autônoma; ter liderança.

Pois há uma deficiência em muitos cursos oferecidos, de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), estudo sobre a atividade empreendedora mundial, a maioria dos empreendedores não tem orientação profissional para abrir seu negócio. E dos 18.644 cursos de graduação cadastrados no Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) em 2004, apenas 16 são de habilitações em empreendedorismo, a maioria ofertada na Região Sudeste, sobretudo nos estados de Minas Gerais e São Paulo.

Além da alteração dos cursos oferecidos pelas universidades, são necessárias outras mudanças para garantir mais contato com os empresários principalmente de empresas com base tecnológica, cujos, negócios dependem de tecnologia.

As Universidades, principalmente as que desenvolvem pesquisas e os setores de Engenharia, Química e áreas de administração poderiam facilitar o processo de transferência de conhecimento, dar um apoio ao empresário.

Na GEM 2007, identificou-se que apenas 6% das orientações para abrir e administrar uma empresa advém das universidades no Brasil, ou seja, ainda é um percentual muito baixo.

Tabela 5: Onde o empreendedor teve ou espera receber orientação para iniciar, abrir ou administrar o negócio- Brasil- 2007

Onde	Citações (%)
Familiares, amigos	35
Sebrae	14
Curso profissionalizante	11
Pessoas experientes na área	7
SENAC/ Senai/ SESC	6
Faculdade	4
Banco/ Instituição financeira	3
Governo/ Prefeitura	3
Outros	17

Fonte: pesquisa GEM (2007).

O que se observa na Tabela 6, é que há uma demanda grande de informação sobre processo de fabricação que poderia ser solucionada com a disponibilização de informações por parte principalmente das áreas de Química e Engenharia das universidades e técnicas de vendas também demonstrou ser muito demandada, o que também poderia ser solucionado com ajuda das áreas de Administração e Marketing das universidades.

Tabela 6: Tipo de orientação que o empreendedor teve ou espera receber para iniciar, abrir ou administrar o negócio segundo estágio do empreendedorismo- Brasil-2007

Tipo de orientação	Estágio			
	Iniciais		Estabelecidos	
	TEA	Nascentes	Novos	
Captação de recursos	5,4	7,0	3,9	0,0
Design do produto	3,4	2,8	3,9	3,7
Processo de fabricação do produto/ Serviço	25,4	15,5	38,4	55,6
Embalagem	2,0	2,8	1,3	1,9

Custo e formação de preços	5,5	9,9	7,8	3,7
Técnicas de vendas	14,9	7,0	22,1	13,0
Marketing	2,7	2,8	2,6	1,9
Contabilidade	4,1	8,5	0,0	3,7
Jurídica	4,1	7,0	1,3	1,9
Procedimento de abertura de empresa	9,5	12,7	8,5	5,6
Registro de marcas	2,0	2,8	1,3	0
Patente e propriedade industrial	1,4	2,8	0	0
Gestão de Recursos Humanos	3,4	4,2	2,6	0
Logística e Distribuição	2,0	2,8	2,3	0
Outro	10,1	11,3	9,1	9,3

Fonte: pesquisa GEM (2007).

As Universidades poderiam criar de *workshops*, conferências, informações disponíveis na *web*, periódicos, cursos para os empresários.

Como exemplo, existe um programa de extensão empresarial no Rio Grande do Sul em que há uma cooperação técnica das micro, pequenas e médias empresas do Estado com as universidades. Trata-se de um sistema de resolução de problemas técnicos, gerenciais e tecnológicos voltado ao atendimento das micro, pequenas e médias empresas. E que visa à modernização, a racionalização, a redução de custos, a otimização de processos e produtos e a capacitação de recursos humanos, além de implementar uma sistemática de acompanhamento permanente, acesso e o domínio de novos processos de gestão administrativa e de produtos e serviços, capacitação para a inserção qualificada no mercado e viabilização do incremento da qualidade e da produtividade como diferenciais de crescimento.

Nos Estados Unidos, por exemplo, em média, 19% dos novos produtos e 15% dos novos processos das empresas de bens manufaturados são diretamente baseados em investigação acadêmica, 44 e 37%, respectivamente, em indústrias de alta tecnologia, como é o caso da indústria farmacêutica, e em desenvolvimento de instrumentos e processamento de informação.

O *Massachusetts Institute of Technology* seus, nos Estados unidos, estabeleceu um centro de formação e promoção do empreendedorismo entre estudantes e afirmam que, como resultado, antigos alunos e professores fundaram mais de cinco mil empresas e que dentre elas, várias grandes multinacionais.

É necessário ampliar o papel das universidades brasileiras, assim como é visto nos países desenvolvidos, como repassadora de conhecimento, como formadora de empreendedores, de forma a estabelecer políticas de apoio para estas pequenas empresas do setor industrial.

CONCLUSÃO

Diagnosticar a mortalidade das pequenas empresas do setor industrial, não pode ser apenas pela análise dos problemas financeiros, gerenciais, conjunturais.

Neste trabalho foi concluído que é preciso um empresário empreendedor, como foi visto no item 2.1, que tenha capacidade de detectar tendências, de se adaptar, de organizar os recursos humanos, de inovar, não pode ter total aversão ao risco, precisa ter sensibilidade ao ambiente interno e externo à empresa, buscar constantemente o conhecimento, inovar.

O empreendedor tem que desenvolver estratégias, valores, uma missão que visem o futuro da empresa, sua continuidade, ele tem que preparar a sucessão, identificar sempre as limitações, falhas e procurar resolvê-las para conquistar a longevidade da empresa.

O conhecimento tem que ser reconhecido como um ativo corporativo pelo empreendedor é necessário gerir o conhecimento, valorizá-lo. Pois é preciso acompanhar o dinamismo econômico.

Uma das possíveis políticas de apoio para as pequenas empresas é o desenvolvimento e ampliação do papel das universidades na formação e capacitação de empreendedores através de cursos, da disponibilização de informações, ajuda para os empresários iniciantes e mesmo para empresas antigas que necessitem de conhecimento tecnológico, sobre o mercado, dados econômicos, sobre gestão do empreendimento, principalmente para as empresas com base tecnológica.

Mas não é só o empreendedorismo e o conhecimento as chaves da questão, as redes de relacionamento também são fundamentais porque quando maiores e fortalecidas, garantem ao empreendedor acesso a informações, a oportunidades de negócio. Estas redes são diferenciais para as empresas, já que ampliam o acesso aos recursos, às oportunidades, fortalecem os negócios.

Portanto, para diagnosticar a mortalidade das pequenas empresas na estrutura produtiva industrial, dentre vários fatores, é necessário constatar se o empresário é um empreendedor capacitado, se há uma valorização do conhecimento e uma busca pelo fortalecimento das redes de relacionamento.

REFERÊNCIAS

ALVIM, P. C. R. C.; O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas. Ci. Inf. Brasília, v. 27, n. 1, p.28-35, jan/abr.1998. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19651998000100004&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso em: 06 de out. de 2008.

ANPROTEC. 2005 Empreendedorismo no Brasil. Panorama 2005. Disponível em: www.anprotec.org.br/ArquivosDin/Panorama_2005_pdf_11.pdf >. Acesso em: 06 de out. de 2008.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMIENTOS INOVADORES. Panorama 2004. Disponível em <http://www.anprotec.org.br/panorama.htm>>. Acesso em: 29 de set. de 2008.

BACIC, M. J (2008) Caracterização e importância das empresas longevas. Seminário: Empresas de Longa Vida. Realização: Seminários Valor Econômico., Sheraton São Paulo WTC Hotel, SP, 5 novembro 2008.

BACIC, M. J.; SOUZA, M. C. A. F.; Empreendedor e processo empreendedor no Brasil: resultados de uma pesquisa de campo. V EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 5 a 7 de março de 2008, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP, p. 04-08.

BIRLEY, S.; WESTHEAD, P. A comparison of new firms in "assisted" and "non"assisted areas in Great Britain, *Entrepreneurship and Regional Development*. USA, v.4, n.4, p.299-238, 1992.

BRASIL, Lei nº 9841, de 5 de outubro de 1999. Instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, capítulo 2, artigo 1, 1999. Disponível em: http://www.trt02.gov.br/geral/tribunal2/legis/Leis/9841_99.htm> Acesso em 23 de jun. de 2008.

CONTI, M.; Empreendedorismo, Desenvolvimento Econômico e Papel das Universidades, Adelectronica, julho de 2007, Departamento de Economia e Administração de Empresas, Universidad Nacional de Misiones. Argentina, número 6, p. 09-12. Disponível em: <http://74.125.45.104/search?q=cache:NmRO05cyTuQJ:empresa.rediris.es/adelec/vol-6/3/3.pdf+papel+das+universidades+no+empreendedorismo&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=2&gl=br>>. Acesso em 29 de set. de 2008.

DINIZ, M. F. S.; OLIVEIRA, R. S.; DIAS, D. C. Interação universidade - Empresa, inovação e desenvolvimento local.um estudo de caso da incubadora CENTEV/UFV University- enterprise interaction, innovation and local development: a case study CENTEV/UFV – a business incubator, 2006, p. 4. Disponível em: www.unifor.br/notitia/file/372.pdf>. Acesso em 06 de out.de 2008.

GIBB, A.; HANNON P.; Towards the Entrepreneurial University? The International Journal of Entrepreneurship Education in 2006.

IBGE, DEMOGRAFIA das empresas. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística Estudos e Pesquisas Informação Econômica número 6, p. 17-23, 2005.

IDRIUNAS, L.; Como funcionam as incubadoras de empresas. Como Tudo Funciona, UOL. Disponível em: < <http://empresasefinancas.hsw.uol.com.br/incubadora-empresa.htm>>. Acesso em 06 de out. de 2008.

KANTIS, H.; ISHIDA, M.; KORNORI, M. Entrepreneurship in emerging economies: the creation and development of new firms in Latin America and East Asia. Washington : Inter-American Development Bank, 2002, p. 07 a 17.

KATZ, R.L.; As habilitações de um administrador eficiente. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

LOPES, M. S. G. et al.; O que os Empreendedores buscam e os Investidores esperam no Financiamento do Capital de Risco em Empreendimentos de Base Tecnológica. III CONTECSI, FEA/USP, 2006, p. 06.

OBSERVATÓRIO SEBRAE Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas do Brasil, SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2004 Disponível em: <www.sebraemg.com.br/arquivos/informativos/relatorio_pesquisa_mortalidade_minas.pdf> - />. Acesso em: 23 de jun. de 2008, p. 10-15.

OBSERVATÓRIO SEBRAE. BOLETIM de micro e pequenas empresas. SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2005. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/boletim-estatistico-das-mpe/>>. Acesso em: 23 de jun. de 2008, p. 12-15.

OBSERVATÓRIO SEBRAE. Procedimento operacional Programa SEBRAE-SP de Incubadoras de Empresas. SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2008. Disponível em: <www.sebraesp.com.br/principal/sebrae%20em%20ação/incubadoras/...incubadoras/anexo3_procedimento_operacional.pdf> Acesso em: 06 de out. de 2008, p.06.

OBSERVATÓRIO SEBRAE-SP. 10 Anos de Monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas. SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo, 2008. Disponível em: < http://www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe/mortalidade> Acesso em: 25 de Nov. de 2008, p.60 e 67.

LEZANA, A.G.R.; Desarrollo Regional a través del estímulo a las empresas de pequeña dimensión. Una puesta en práctica de programas de promoción. Tese de doutorado. Universidad Politécnica de Madrid, 1995.

LEZANA, A.G.R.; TONELLI, A. Novos empreendedores nas escolas técnicas. Módulo 1 - O empreendedor. São Paulo: Instituto Uniemp, 1996.

LIPPI, R.; Cultura Forte para o desenvolvimento de lideranças. *Valor Econômico*, São Paulo, 07 de Nov. de 2008.

MACHADO, P. V. M.; ESPINHA, G. P. Reflexões sobre as dimensões do fracasso e mortalidade de pequenas empresas. *Revista Capital Científico Guarapuava - P R* v. 3 n. 1 p. 51-64 jan. /dez. 2005 ISSN 1679-1991.

NAGATA, V. M. N.; SAMPAIO, L. S.; MOURA, K. A. Metodologia para o estímulo de negócios inovadores visando ao desenvolvimento local. p. 06. Disponível em: <www.redetec.org.br/publicue/media/Oral_Luciana%20Sampaio.pdf>. Acesso em 06 de outubro de 2008.

NELSON, R. R.; WINTER, S. G. An Evolutionary theory of economic change. Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press, 1982.

PASSOS, C. A. K. 2007 Empreendedorismo no Brasil. Curitiba, IBQP, 2008. Disponível em: <http://www.sebraepr.com.br/portal/page/portal/PORTAL_INTERNET/PRINCIPAL2004/BU_SCA_TEXTO?_dad=portal&p_cust=DEST&p_texto_id=5582>. Acesso em: 06 de out. de 2008.

PENROSE, E.; Teoria del Crecimiento de la Empresa. Madrid, Aguilar, 1962.

RAY, D.M.; Understanding the Entrepreneur: entrepreneurial attributes, experience and skills. *Entrepreneurship & Regional Development*. UK: n.5, v.4, 1993, p. 345-357.

RICHIE, C. F.; SANTOS, P. L.; Investimento em pequenas e médias empresas com elevado potencial de crescimento- Critérios de seleção dos capitalistas de risco. *Revista do BNDES*, Rio de Janeiro, v. 13, n. 26, dez. 2006, p. 15.

SAMPAIO, L. L. et al.; O estímulo ao empreendedorismo na universidade: o caso da pré-incubação da Rede de Incubadoras de Tecnologia da Universidade do Estado do Pará. XXV Encontro Nac. de Eng. de Produção – Porto Alegre, RS, Brasil, p. 2 e 3, 29 out a 01 de nov. de 2005. ENEGEP 2005 ABEPRO 5569.

SARKAR, S.; Universidades e Empreendedorismo. Diário de Notícias, Lisboa, Portugal 21 de junho de 2006. Disponível em: <http://dn.sapo.pt/2006/06/21/economia/universidades_e_empreendedorismo.html>. Acesso em 29 de set. de 2008.

SOUZA, M. C. A. F.; MAZZALI, L.; BACIC, M. J.; Conceito e espaço da pequena empresa na estrutura industrial. In: 12 Reunião Anual da Rede PYMES MERCOSUL, 2007, Campinas. Anais da 12a Reunião da Rede PYMES MERCOSUL, 2007, v. Único, p. 11-17.

TONELLI, A.; Elaboração de uma Metodologia de Capacitação Aplicada ao Estudo das Características Comportamentais dos Empreendedores. 1997. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção)-Universidade Federal de Santa Catarina, SC. Disponível em: <<http://www.eps.ufsc.br/disserta98/tonelli/index.htm>>. Acesso em 31 de ag. de 2008.