

O espírito empreendedor faz parte da tradição humana. Em muitos ele permanece inerte em função da falta de motivação para seu afloramento. No presente artigo será apresentado estudo das grandes contribuições que as Micro Pequenas e Médias Empresas tem dado a economia, e a figura do empreendedor nesse contexto, ainda faremos uma revisão bibliográfica de alguns autores. No estudo verificou-se que o empreendedor é o combustível da economia moldagem da organização, obedeceu aos valores centrais do dirigente, preponderantemente centralizador e pouco formalizado. Estes valores parecem ter levado a organização a ter sucesso em seu negócio.

INTRODUÇÃO

A globalização da economia veio a acarretar em inúmeras mudanças nas estruturas da sociedade, em especial a latino-americana. A maior parte dos países latino-americanos passou por décadas de mercado fechado e protecionista. Durante esse período o Estado encarregou-se de suprir as necessidades básicas das populações e grandes grupos locais dominavam a produção dos bens restantes. Como consequência, os cidadãos não se sentiam estimulados à abertura de empreendimentos próprios. Era mais interessante ser funcionário de uma grande corporação, fosse ela estatal ou privada. Entretanto, alguns buscaram empreender negócios para os quais possuíam habilidades. Esses empreendedores desenvolveram-se num mercado particular, impregnado, muitas vezes, de sutilezas técnicas ou burocráticas que afastavam eventuais concorrentes.

Com os processos de desregulamentação das economias, que tomou corpo na década de 90, muitas organizações multinacionais aportaram nos mercados latino-americanos. Essa movimentação do mercado implicou no esfacelamento do sistema vigente e grandes grupos viram-se em situações pouco confortáveis, do ponto de vista econômico, a partir de então. As mudanças no comportamento do consumidor, nas relações entre organizações e nas relações com os governos mostraram-se muito mais fortes do que alguns poderiam supor. Assim, muitos empreendedores acabaram por desfazer-se de seus negócios, quer por simples fechamento de atividades, quer por processos de aquisição.

CONTRIBUIÇÕES DAS MPME NO CENÁRIO ECONÔMICO

A nova economia tem se caracterizado por diminuição das barreiras ao comércio e formação de blocos regionais; maior intensidade no uso da informação e do conhecimento; deslocamento em direção às atividades orientadas para o setor de serviços, assim como fusões e alianças entre as empresas. Esses fatores reduziram as oportunidades de emprego, motivando, as pessoas que estão fora do mercado de trabalho criarem seu próprio negócio (Puga 2000). Outro fator que contribuiu para o crescimento das Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs) foi o processo de terceirização de atividades nas grandes empresas, nos últimos anos, a qual estimulou o crescimento das (MPMEs).

O interesse pelas MPMEs aumentou principalmente pelo papel que elas desempenham na criação líquida de empregos, mesmo em períodos de recessão. Além disso, em diversos setores as MPMEs produziram um volume maior de inovações do que as grandes empresas e provaram ser flexíveis e capazes de se adaptar rapidamente as mudanças tecnológicas.

No que diz respeito a variável emprego, o estudo da **OIT (1987, p. 9)** traz evidências para todos os países pesquisados de um crescimento da participação das pequenas (e, muitas vezes, médias) empresas no emprego total.

As micro pequenas e médias empresas são maioria no mundo inteiro e, no Brasil, segundo dados do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística representam cerca de **21%** do PIB nacional e mais de

90%

do universo empresarial. Absorvem aproximadamente

70%

da mão-de-obra ocupada,

60%

da oferta de emprego,

43%

do valor bruto da produção e

42%

dos salários pagos (massa salarial). Estima-se que exista no Brasil, atualmente, cerca de 5 milhões de pequenos empreendimentos, incluindo uma média de cerca de

15,7

milhões de pessoas do setor urbano exercendo alguma atividade informal e, destas,

95%

não têm acesso ao crédito formal.

GUIMARÃES (1982) e SOLOMON (1986) (apud Amato Neto, 2000) descrevem algumas características marcantes nas pequenas empresas. A primeira delas é que elas tendem a desempenhar atividades com baixa intensidade de capital e com alta intensidade de mão-de-obra. Além disso, apresentam melhor desempenho nas atividades que requerem habilidades ou serviços especializados (principalmente nos casos de produtos ou serviços projetados ou prestados para atender a demanda de um único ou pequeno grupo de clientes, tais como agentes imobiliários, alfaiates, tradutores, dentre outros).

Geralmente familiares, as pequenas e médias empresas têm chamado a atenção, de maneira cada vez mais intensa, de pesquisadores e governantes, por sua imensa capacidade de geração de emprego e renda. Verificou-se, durante a pesquisa, que vários órgãos como o SEBRAE e as Universidades estão se empenhando no combate à alta mortalidade a que essas empresas estão expostas. Uma alternativa é referente às incubadoras, hoje instaladas em praticamente todos os estados do país. Muitas delas em parcerias com Universidades. A partir desses trabalhos têm-se explanações e análises de vários autores sobre o papel e a importância das PME no contexto brasileiro.

A existência de um grande número de pequenas e médias empresas (PME) na economia leva à menor concentração de mercado e induz à melhor distribuição de renda, favorecendo a estabilidade social e política. Uma estrutura de mercado menos concentrada permite maior dinamismo, além de proporcionar a redução dos problemas inflacionários, decorrentes da existência dos oligopólios com grande poder sobre o estabelecimento de preços no mercado

(Kruglianskas, 1996).

Como parte da comunidade empresarial, as PME contribuem para o bem-estar econômico da nação, produzindo uma parte do total dos bens e serviços. Além da contribuição econômica, possuem algumas qualidades que acabam por oferecer contribuições excepcionais, na medida em que fornecem novos empregos, introduzem inovações, estimulam a competição, auxiliam as grandes empresas e produzem bens e serviços com eficiência (Longenecker et al., 1997).

ENTRAVES

A falta de uma política bem definida de ajuda e de incentivos à indústria, comércio e serviços faz com que as PME não tenham competitividade nos mercados em que atuam. Elas precisam buscar uma forma de inovação para poder competir com o mercado global. Uma das soluções é a formação de alianças estratégicas entre empresas, resultando nas redes de inovação tecnológica (Goedert & Abreu, 2000).

A chave dos fatores internos que dificultam a competitividade das pequenas empresas está na área da inovação, pois a carência de informações gerenciais e a concentração de atribuições do pequeno empresário ocasionam um encadeamento de problemas e vícios na estrutura administrativa, que acabam resultando em uma má administração e na perda de competitividade (Sauer & Colossi, 1997).

Segundo PUGA 2000, diversos motivos costumam ser apontados para explicar as maiores dificuldades as pequenas empresas. Em especial, mencionam-se a falta de informações e a inexperiência do pequeno empresário, os elevados custos de transação e, sobretudo, as dificuldades de acesso ao crédito.

Autores como Mattos Filho, são enfáticos ao falar da carga tributária vigente, que penaliza desproporcionalmente, certos segmentos em especial aqueles de menor renda. É verdade que a justiça fiscal não se pratica por meio dos instrumentos de tributação, porquanto a própria política de gastos públicos deve guardar compromisso com esse intento. Todavia, é igualmente verdade que a política tributária deve, ao menos, prevenir hipóteses de concentração de renda. Desse modo, a reforma fiscal constitui oportunidade ímpar para conferir maior progressividade e seletividade ao Sistema Tributário Nacional.

ESTRATÉGIAS DE SOBREVIVÊNCIA DAS MPME

As inovações constituem, essencialmente, mudanças empreendidas e adotadas pela empresa. Quando a empresa introduz um novo bem ou serviço, ou usa um novo método, seja em atividades de manufatura, seja de serviços ou gerencial, ou, ainda, utiliza outros tipos de insumos, que são novos para tal empresa, está implantando uma mudança tecnológica (Marquis apud Kruglianskas, 1996).

BURGELMAN ET SAYLES (1987) definem a inovação como o desenvolvimento de um produto ou tecnologia que traga uma novidade radical. Para os fins aqui propostos, a definição citada servirá de base às reflexões: a inovação é a adoção de uma mudança por uma empresa ou organização; tal mudança está considerada no objetivo de aumentar a produtividade global, em resposta às novas exigências do mercado ou de ataque a novos mercados.

Segundo as indicações de FURTADO (apud Dacorso & Yu, 2000), as economias latino-americanas, em particular, estão sendo submetidas a pressões crescentes para desregular os seus mercados, eliminando as tarifas alfandegárias e unificando o mercado financeiro, surgindo uma nova fase do desenvolvimento capitalista.

Nesse ambiente de intensa competição, a eficiência e produtividade adquirem importância decisiva e deixam de ser um diferencial competitivo, para se tornarem condições necessárias para a sobrevivência das empresas. Assim, as empresas sobreviventes passam a competir em um novo patamar de eficácia, com novos fatores de diferenciação competitiva. A capacidade de inovar, segundo alguns pesquisadores, é o grande diferencial que emerge da organização industrial desta década (Dacorso & YU, 2000).

Tanto as PME como as grandes empresas têm vantagens materiais para gerar e adotar inovações. Enquanto as grandes empresas têm tais vantagens devido à sua maior capacidade de P&D, as pequenas e médias empresas têm vantagens comportamentais relacionadas à sua maior flexibilidade e capacidade de adaptação a mudanças no mercado (Rothwell & Dogson, 1993 apud La Rovere & Medeiros, 2000).

A maioria das PME introduz inovações apenas quando elas percebem claramente as oportunidades de negócio ligadas à inovação (Gagnon & Toulouse, 1996 apud La Rovere & Medeiros, 2000) ou então porque estão sob pressão de clientes e/ou fornecedores. Isso ocorre devido às especificidades do processo de aprendizado tecnológico das PME, onde a busca e seleção de informações são afetadas por limitações de tempo e de recursos humanos (DG XIII/E 1996 apud La Rovere & Medeiros, 2000). Pode-se dizer que, nestas empresas, as atividades de P&D estão refletidas nos esforços orientados para a resolução de problemas rotineiros da produção, envolvendo desde pequenas melhorias incrementais em produtos, até a modernização de processos de manufatura ou introdução de novas tecnologias (Cornelsen et al., 2000). Tais observações são claramente verificáveis na análise dos dados deste artigo.

Segundo VILELA, o recente ressurgimento do interesse nas MPMEs contrasta fortemente com a impressão largamente difundida até há pouco de que elas estariam fadadas a uma posição apenas marginal nas economias industrializadas maduras. Tal ponto de vista, que tem suas origens na obra de Marx, ele via na crescente concentração da indústria européia uma tendência inexorável do capitalismo e Galbraith testemunhava o avanço da transnacionalização das grandes corporações dos Estados Unidos, Europa e Japão.

DRUCKER (apud Ferreira, Reis & Pereira, 1997, p. 181-182) afirma que:

O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade. Ele cria algo novo, algo diferente, ele muda ou transforma valores, não restringindo o seu empreendimento a instituições exclusivamente econômicas. Ele é capaz de conviver com os riscos e incertezas envolvidos nas decisões. Ele inova. A inovação não precisa ser técnica, não precisa ser uma coisa, não se restringe a uma invenção. Pode ser social também.

Sabemos que parte do sucesso do negócio vai depender do empreendedor, o

empreendedorismo tornou-se o propulsor do sucesso, ter pessoas empreendedoras nas organizações hoje é essencial para que sejam competitivas e capazes de se manterem no mercado, independente da área em que atuam. Seu estudo vem crescendo em todo país, nas mais diferentes áreas transformando a sociedade.

Base Teórico-Empírica

O estudo do empreendedorismo surge da necessidade de entender os motivos que levam alguém a iniciar seu próprio negócio. Entretanto, essa questão pareceria mais pertinente se empreender fosse algo raro em nossa história social. Talvez nos últimos 200 anos empreender tenha tomado essa característica, afinal o advento da revolução industrial trouxe consigo a massificação do emprego formal e todas as suas regras. Desde então somente um pequeno percentual de pessoas empreendeu, o restante buscou sua subsistência servindo como empregado dos empreendedores. Todavia, desde que o homem abandonou, em sua grande maioria, o nomadismo, empreender faz parte de sua história. Seja como agricultor, como comerciante ou como artesão os antepassados buscaram formas de subsistir por meio do esforço próprio.

"O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista." SCHUMPETER (citado por Degen, 1989). Sem o elemento empreendedor nossa sociedade não teria evoluído (apesar dessa palavra ser questionável) ao ponto atual. Empreender é acreditar, acima de tudo, na própria capacidade de realização. Ao longo dos anos muitos autores tem demonstrado as características básicas do empreendedor, de Peter Druker a Ronald Degen. Entretanto, parece difícil crer que seja necessário, a alguém, se enquadrar em um número determinado de características para poder iniciar um negócio próprio. Parece que se vive a era das necessidades, se há uma necessidade a ser atendida há a semente do empreendedorismo. O limitante, talvez, é que a vida em sociedades economicamente estáveis tem levado a um atendimento de necessidades não visto em nenhum momento anterior de nossa história. Assim, para muitos transparece que empreender é algo por demais arriscado em função do que já se alcançou.

Nesse processo de empreender os valores do indivíduo são fundamentais para o encaminhamento do negócio. Deles dependem, em muitas situações, a consecução dos objetivos pretendidos.

Descrever **valores** passa por um entendimento melhor da cultura nas organizações. Para tanto, faz-se necessário inicialmente abordar a cultura organizacional, seus significados e classificações e em seguida detalhar mais especificamente valores no contexto organizacional.

Para MORGAN (1996), o avanço das empresas orientais, em especial as japonesas, foi o que desencadeou o interesse pelo estudo da cultura no contexto organizacional. Esses estudos aconteceram principalmente pelo início dos anos 80 (Hinings et al., 1996), e prometiam novas idéias sobre como as organizações funcionam e se constituem. Um fator motivador para a utilização dessas novas idéias foi a resistência que as organizações apresentavam para mudar suas estratégias e estrutura (Hinings et al., 1996).

Valores podem ser considerados os elementos básicos para se caracterizar a essência do

fenômeno cultural (Sackmann, 1992; Schein, 1992).

[...] a palavra valor diz respeito à oposição que o ser humano estabelece entre o principal e o secundário, entre o essencial e o acidental, entre o desejável e o indesejável, entre o significativo e o insignificante. Ela expressa a ausência de igualdade entre as coisas, os fatos, os fenômenos ou as idéias. TAMAYO (1998, p. 57)

Entende-se, segundo GUTH e TAGIURI (1965) e TAGIURI (1965), que os valores podem ser vistos como concepção, explícita ou implícita, do que indivíduos ou grupos consideram como desejável, e em termos de que ele ou eles selecionam, dentre modos avaliáveis de alternativas, os meios e fins de ação. Segundo esses autores os valores começam a ser adquiridos muito cedo na vida das pessoas; são transmitidos pelos pais, professores, e outras pessoas significativas do ambiente circundante.

Para HAGE e DEWAR (1973) os valores organizacionais podem aparecer de três formas: valores do líder, valores da elite e valores dos membros. Nesse caso, elite deve ser entendida como um grupo de personagens que sempre, ou usualmente, participam das tomadas de decisão dentro da organização. Os autores argumentam que costumeiramente os valores da elite são os mais comuns entre as organizações, sendo que a prevalência dos valores do líder ocorre em organizações na fase de estabelecimento das operações e os valores dos membros em organizações que tem grande número de profissionais habilitados, como hospitais, com o que concorda GAGLIARDI (1986).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou verificar a relação entre valores do empreendedor e a configuração estrutural de uma organização. Utilizou-se como fonte resultados de pesquisas e revisão bibliográfica.

A abertura do mercado trouxe como conseqüência a mudança. A história mostrou que muitos empresários não estavam preparados e alguns acabaram sucumbindo. Outros optaram pelo caminho da venda de seus empreendimentos, em grande parte para grupos multinacionais. Através deste estudo fica clara a contribuição das micro, pequenas e médias empresas, e a necessidade vital do apoio de venda deu-se num momento propício, em que a organização estava bem posicionada.

Empreender é vocação natural do ser humano. Ao longo do tempo o que parece ter mudado foi o fator motivador.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BART, Christopher K. Product strategy and formal structure. Strategic Management Journal, V. 7, p. 293-312, 1986.
- BARTUNEK, Jean M. Changing interpretative schemes and organizational restructuring: the example of a religious order. Administrative Science Quarterly, V. 29, september, p. 355-372, 1984.
- BEYER, Janice M. Ideologies, values, and decision making in organizations. IN: NYSTROM, Paul C.; STARBUCK, William H. Handbook of Organizational Design, Volume 2. New York: Oxford University Press, 1981.

- BOUDON, Raymond; BOURRICAUD, François. Dicionário crítico de sociologia. São Paulo: Editora Ática, 1993.
- CHILD, John. Organization structure and strategies of control: a replication of the Aston study. *Administrative Science Quarterly*, V. 17, p. 163-177, 1972.
- CHILD, John. Comments on Reimann and Mansfield's "bureaucracy". *Administrative Science Quarterly*, V. 19, p. 247-250, 1974.
- DEGEN, Ronald. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DONALDSON, Lex. Strategy and structural adjustment to regain fit and performance: in defense of contingency theory. *Journal of Management Studies*, V. 24, n. 1, p. 1-24, 1987.
- ENZ, Cathy A. Power and shared values in the corporate culture. Ann Arbor, MI: UMI Research Press, 1986.
- ENZ, Cathy A. The role of value congruence in intraorganizational power. *Administrative Science Quarterly*, V. 33, June, p. 284-304, 1988.
- GAGLIARDI, Pasquale. The creation and change of organizational cultures: a conceptual framework. *Organizational Studies*, V. 7, n. 2, p. 117-134, 1986.
- GEORGE, Jennifer M.; JONES, Gareth R. Experiencing Work: values, attitudes, and modes. *Human Relations*, V. 50, n. 4, p. 393-416, 1997.
- GHOSHAL, S.; NOHRIA, N. Horses for courses: organizational forms for multinational corporations. *Sloan Management Review*, V. 34, n. 2, winter, 1993.
- GUTH, William D.; TAGIURI, Renato. Personal values and corporate strategy. *Harvard Business Review*, p. 123-132, sept.-oct., 1965.
- HAGE, Jerald; DEWAR, Robert. Elite values versus organizational structure in predicting innovation. *Administrative Science Quarterly*, V. 18, September, p. 279-290, 1973.
- HALL, Richard H. Organizações: estrutura e processos. 3ªed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1984.
- HININGS, C. R., THIBAUT, Lucie, SLACK, Trevor, KIKULIS, Lisa. Values and organizational structure. *Human Relations*, V. 49, n. 7, p. 885-917, 1996.
- HSU, Cheng-Kuang; MARSH, Robert M.; MANNARI, Hiroshi. An examination of the determinants of organizational structure. *American Journal of Sociology*, V. 88, n. 5, p. 975-996, 1983.
- MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L.; ALPERSTEDT, Graziela Dias. Informática e Estrutura de Decisão Organizacional: um estudo de caso. *Revista Brasileira de Administração Contemporânea*. João Pessoa: ANPAD, V. 1, n. 6, p. 309-327, 1995.
- MINTZBERG, Henry. Criando Organizações Eficazes: estruturas em cinco configurações. São Paulo: Atlas, 1995.
- MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 1996.
- RANSON, Stewart; HININGS, Bob; GREENWOOD, Royston. The structuring of Organizational structures. *Administrative Science Quarterly*, V. 25, p. 1-17, 1980.
- RICHARDSON, Roberto J. Pesquisa social: métodos e técnicas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- ROBBINS, S.P. Organizational theory: structure, design and applications. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1990.
- RODRIGUES, Suzana Braga e SÁ, Raquel C. Radamés de. Estrutura organizacional brasileira: aplicação do modelo de Aston e implicações metodológicas. *Revista de Administração de Empresas*. V. 24, n. 4, p. 158-174, 1984.
- SACKMANN, Sonja. Culture and Subcultures: an analysis of organizational knowledge.

Administrative Science Quartely, V. 37, p. 140-161, 1992.

SCHEIN, Edgar. Organizational culture and leadership. 2^a ed. San Francisco: Jossey-Bass, 1992.

TAGIURI, Renato. Value orientations and the relationship of managers and scientists.

Administrative Science Quartely, V. 10, p. 39-51, june, 1965.

TAMAYO, Alvaro. Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. Revista de Administração, V. 33, n. 3, p. 56-63, 1998.

VALADÃO, Valdir Machado . Mudança estrutural e organização de aprendizagem: o caso CTBC Telecom. Curitiba, 1997. Dissertação (Mestrado em Administração). Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

WALLY, Stefan; BAUM, J. R. Personel and structural determinants of the pace of strategic decision making. Academy of Management Journal, V. 37, n. 4, p. 932-956, 1994.

WALSH, James P., DEWAR, Robert D. Formalization and the organizacional life cycle. Journal of Management Studies, V. 24, n. 3, p. 215-231, 1987.

WEBER, Max. Essays in Sociology. New York: Oxford University Press, 1946.

WONG, Gilbert Y.Y.; BIRNBAUM-MORE, Philip H. Culture, context and structure: a test on Hong Kong Banks. Organization Studies, V. 15, n. 1, p. 99-123, 1994.

ZEY-FERREL, Mary. Dimensions of organizations: environment, context, structure, process, and performance. Santa Monica, California: Goodyear Publishing Company Inc, 1979.