

**CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO
PROGRAMA DE MESTRADO ACADÊMICO EM ORGANIZAÇÕES E
DESENVOLVIMENTO**

JOSÉ RENATO MACHADO SPECHT

**O IMPACTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE INFORMÁTICA NO
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LOCAL**

**UM ESTUDO MULTICASO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO
COMÉRCIO DE INFORMÁTICA DE CURITIBA/PR – REGIONAL PORTÃO**

CURITIBA

2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

**CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO
PROGRAMA DE MESTRADO ACADÊMICO EM ORGANIZAÇÕES E
DESENVOLVIMENTO**

JOSÉ RENATO MACHADO SPECHT

**O IMPACTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE INFORMÁTICA NO
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LOCAL**

**UM ESTUDO MULTICASO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO
COMÉRCIO DE INFORMÁTICA DE CURITIBA/PR – REGIONAL PORTÃO**

**Dissertação apresentada como requisito
fundamental à obtenção do grau de Mestre
em Organizações e Desenvolvimento, junto
ao Centro Universitário Franciscano do
Paraná – UNIFAE.**

Orientador: Prof. Antoninho Caron, Dr.

Curitiba, abril de 2.008

TERMO DE APROVAÇÃO

JOSÉ RENATO MACHADO SPECHT

**O IMPACTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE INFORMÁTICA NO
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LOCAL**

**UM ESTUDO MULTICASO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO
COMÉRCIO DE INFORMÁTICA DE CURITIBA/PR – REGIONAL PORTÃO**

Esta dissertação foi aprovada pelo Curso de Mestrado Acadêmico Multidisciplinar em Organizações e Desenvolvimento do Centro Universitário Franciscano do Paraná – UNIFAE.

Curitiba, 29 de abril de 2008.

Profa. Dra. Lúcia Izabel C.Sermann
Coordenadora do Curso

Prof. Dr. Antoninho Caron
Orientador(a)
UNIFAE Centro Universitário Franciscano

Prof. Dr. Osmar Ponchirolli
Examinador Interno
UNIFAE - Centro Universitário Franciscano

Prof. Dr. Décio Estevão do Nascimento
Examinador Externo
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Este trabalho é dedicado aos amores de minha vida, minha esposa Rosângela e nossas filhas Amanda e Andressa.

AGRADECIMENTOS

A DEUS

Por mais este presente repleto de tantos desafios, sacrifícios e oportunidades.

A MINHA FAMÍLIA

Que souberam compreender a importância deste projeto, sem nunca deixar de me apoiar e incentivar pela busca de mais este sonho.

AOS PROFESSORES

Professor Antoninho Caron, pela sua rica experiência e apoio incondicionais na orientação deste trabalho.

Professor José Edmilson de Souza Lima pelas preciosas contribuições acadêmicas.

Professor Christian Luiz da Silva, importante motivador e inspirador no processo de escolha do tema estudado.

RESUMO

SPECHT, J.R.M. **O impacto das micro e pequenas empresas de informática no Desenvolvimento Sustentável Local – um estudo multicaso em micro e pequenas empresas do comércio de informática de Curitiba/PR – Regional Portão**. Curitiba, 2008. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Organizações e Desenvolvimento) Programa de Pós-Graduação Multidisciplinar – UNIFAE.

Este projeto de dissertação de mestrado teve por objetivo geral verificar como as micro e pequenas empresas do comércio de informática de Curitiba – Regional Portão contribuem para o desenvolvimento local. Como objetivos específicos, este estudo visou identificar o número de empregados das empresas daquele segmento que residem na mesma regional, analisar junto às empresas o percentual de clientes e fornecedores que estão na mesma regional em que estão instaladas, identificar se existem ações sociais destas micro e pequenas empresas para com a comunidade local e se seus proprietários/gestores tem ações voltadas para preservação do meio ambiente a partir dos materiais e equipamentos por eles manuseados. Para este estudo o tipo de pesquisa foi descritivo, de natureza quantitativa. A coleta de dados foi feita através de pesquisa de campo, nas empresas, a partir de entrevistas feitas com seus representantes ou proprietários. Ao final deste estudo, identificou-se um expressivo grau de influência que estas micro e pequenas empresas de tecnologia da informação exercem sobre o local onde estão instaladas, dentro de uma abordagem multidisciplinar envolvendo questões econômicas, sociais, ambientais, espaciais e culturais. Entretanto, este estudo não esgota a influência positiva destas micro e pequenas empresa no desenvolvimento local, já que cabe ao poder público, aliado por empreendedores e sociedade, desenvolver políticas públicas que possam incentivar ainda mais não só a geração de empregos, mas ações sociais e ambientais que reflitam a sustentabilidade local.

Palavras-chave: tecnologia da informação, micro e pequenas empresas do comércio de informática, desenvolvimento sustentável local.

ABSTRACT

SPECHT, J.R.M. **The impact of small companies of information technology in the local development – a multi case study in the small companies of information technology in Curitiba, Brazil – Portão Area.** Curitiba, 2008. Dissertation (Academic Master's in Organizations and Development) Post Graduation Program– UNIFAE.

The overall objective of this dissertation was to verify how small companies of information technology in Curitiba contribute to the local development. The key objectives of the study was identify how many employees are living in the same region that they are working on, analyze the percentage of customers and suppliers among that region and also if they are taking place social actions to the community development and the way they are managing the technology waste. At the end of the dissertation, was possible to identify how those companies are influencing their region in accordance with a multidisciplinary concept, involving economic, social, environmental, space and culture questions. However, the positives influences from those companies don't exhaust this theme, since the government has the responsibility to offer public polices to support the local sustainable.

Key words: information technology, small companies, local development, local sustainable.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CLASSIFICAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL – POR FATURAMENTO.....	47
TABELA 2 - CLASSIFICAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL - POR NÚMERO DE EMPREGADOS.....	48
TABELA 3 - EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS DE INFORMÁTICA EM CURITIBA/PR - GERAL.....	51
TABELA 4 - EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS DE INFORMÁTICA EM CURITIBA/PR – SEGMENTADA.....	51
TABELA 5 - EMPRESAS DE INFORMÁTICA ==> POR REGIONAL.....	52
TABELA 6 – CLASSIFICAÇÃO DOS 7 MUNICÍPIOS COM MAIOR POPULAÇÃO NO PARANÁ.....	53
TABELA 7 – TEMPO DE ATIVIDADE.....	58
TABELA 8 – TEMPO DE EXPERIÊNCIA.....	59
TABELA 9 – ORIGEM DA EMPRESA.....	60
TABELA 10 – RAMO DE ATUAÇÃO.....	61
TABELA 11 – Nº DE EMPREGOS GERADOS.....	62
TABELA 12 – Nº DE EMPREGOS GERADOS NO PRÓPRIO BAIRRO.....	62
TABELA 13 – PROCEDÊNCIA/ORIGEM DE CLIENTES.....	63
TABELA 14 – PROCEDÊNCIA/ORIGEM DE FORNECEDORES.....	64

TABELA 15 – PRINCIPAL FORMA DE ATUAÇÃO.....	65
TABELA 16 – PRINCIPAL MOTIVO PARA ESCOLHA DO BAIRRO.....	66
TABELA 17 – SE A EMPRESA POSSUI PARCERIAS.....	67
TABELA 18 – POSSUI ALGUM TIPO DE AÇÃO SOCIAL.....	68
TABELA 19 – AÇÃO SOCIAL = FREQUÊNCIA.....	69
TABELA 20 – DESTINO PARA O LIXO TECNOLÓGICO.....	70

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: EVOLUÇÃO DO EMPREGO NAS ATIVIDADES DE TECNOLOGIA, EM CURITIBA – 1996 A 2003.....	22
QUADRO 2: DIFERENÇAS ENTRE OS TIPOS DE AÇÕES SOCIAIS.....	44
QUADRO 3: EIXOS NORTEADORES DO QUESTIONÁRIO.....	57

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – TEMPO GASTO PARA UM PRODUTO ATINGIR 50 MILHÕES DE USUÁRIOS.....	24
FIGURA 2 – AS 5 DIMENSÕES DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	35
FIGURA 3 – RESPONSABILIDADE CORPORATIVA.....	45
FIGURA 4 - CURVA “U” E ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS.....	48
FIGURA 5 - ESTRATÉGIA DE NICHOS.....	49
FIGURA 6 - MAPA DAS REGIONAIS DO MUNICÍPIO DE CURITIBA – PARANÁ...50	

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – TEMPO DE ATIVIDADE.....	58
GRÁFICO 2 – TEMPO DE EXPERIÊNCIA.....	59
GRÁFICO 3 – ORIGEM DA EMPRESA.....	60
GRÁFICO 4 – PRICIPAL ORIGEM/PROCEDÊNCIA DOS CLIENTES.....	63
GRÁFICO 5 - PRICIPAL ORIGEM/PROCEDÊNCIA DOS FORNECEDORES....	64
GRÁFICO 6 – PRINCIPAL FORMA DE ATUAÇÃO.....	65
GRÁFICO 7 – PRINCIPAL MOTIVO DA ESCOLHA DO BAIRRO.....	66
GRÁFICO 8 – POSSUI ALGUM TIPO DE AÇÃO SOCIAL.....	68
GRÁFICO 9 – AÇÃO SOCIAL = FREQUÊNCIA.....	69

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA	14
1.2 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA	14
1.3 OBJETIVOS.....	15
1.3.1 Objetivo Geral	15
1.3.2 Objetivos Específicos	16
1.4 JUSTIFICATIVA.....	16
1.5 LIMITAÇÕES.....	17
1.6 METODOLOGIA	17
1.7 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	18
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1 TECNOLOGIA	19
2.2 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	19
2.3 DESEMPREGO TECNOLÓGICO.....	21
2.4 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO GERADORA DE EMPREGOS.....	21
2.5 O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA VIDA DE EMPRESAS E PESSOAS	23
2.6 INOVAÇÃO TECNOLÓGICA.....	29
2.7 EMPREENDEDORISMO	30
2.8 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	33
2.9 DESENVOLVIMENTO LOCAL	35
2.9.1 Dimensão Econômica	38
2.9.2 Dimensão Espacial.....	39
2.9.3 Dimensão Social	39
2.9.4 Dimensão Ambiental	40
2.9.5 Dimensão Cultural.....	40
2.10 Responsabilidade Social e Ambiental.....	42
2.11 O QUE É MICRO E PEQUENA EMPRESA.....	47
2.12 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE INFORMÁTICA EM CURITIBA/PR	50
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	54
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	54
3.1.1. Tipo de Estudo	54
3.1.2. Natureza.....	54
3.1.3. Método de Abordagem.....	55
3.1.4. Cálculo da amostra	55
3.1.5. Coleta de Dados.....	56
3.2. PERGUNTAS DA PESQUISA	56
3.3. EIXOS NORTEADORES	56
3.4. PLANO DE COLETA DE DADOS.....	57
4. ANÁLISE DOS DADOS.....	58
5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	71
REFERÊNCIAS.....	77
APÊNDICE	81
APÊNDICE A - Modelo de Questionário para Entrevista	82

1. INTRODUÇÃO

Este primeiro capítulo visa apresentar o tema a ser estudado, a especificação do problema, seus objetivos geral e específico, acompanhados de sua justificativa, limitações e metodologia a ser utilizada para a viabilidade do estudo.

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

O processo de reestruturação econômica e a transformação tecnológica ocorridas nas décadas de 1970 a 1990 ocasionaram uma significativa redução de empregos na área industrial.

Isso não significa, necessariamente, que as novas tecnologias são as grandes responsáveis pelo desemprego. A tecnologia corta um certo número de empregos (aqueles que foram substituídos pela máquina), mas cria outros empregos antes inexistentes.

De acordo com o relatório de pesquisa sobre desenvolvimento econômico (UniFAE, 2005), nos últimos 7 anos houve em Curitiba um crescimento da população empregada na área tecnológica de 41,77%, onde o crescimento do comércio varejista da área tecnológica foi de 38,03%, e destes, 42,12% gerados por micro e pequenas empresas.

Independente da expressividade ou não do número de empregos gerados, não se pode negar a importância orgânica deste segmento, já que a tecnologia passa a fazer parte cada vez mais da vida das pessoas, portanto há necessidade de que surjam cada vez mais empresas atuantes no comércio de informática, de forma a suprir a demanda por equipamentos e serviços que atendam estes clientes.

O objetivo deste trabalho é de verificar como as micro e pequenas empresas do comércio de informática de Curitiba – Regional Portão contribuem para o desenvolvimento local.

1.2 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

A velocidade de evolução no desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação, e sua acessibilidade cada vez mais intensa, acaba por representar um crescimento considerável de pessoas que passam a ter no seu local de trabalho e em seus lares computadores e sistemas que permitam não só a comunicação virtual, mas a utilização de serviços bancários, de compras e de entretenimento, gerando

uma mudança comportamental nas pessoas e despertando hábitos até então impraticáveis a pouco mais de 10 anos.

Países como o Brasil passam neste período a criar empresas locais com alta produção de computadores, cada vez mais baratos e com linhas de crédito acessíveis, de forma que novos clientes são conquistados dia-a-dia neste mercado tecnológico que não para de crescer.

Mas como qualquer outro produto, computadores, impressoras e softwares necessitam igualmente de empresas que ofereçam um portfólio de serviços que possa atender suas necessidades, como manutenção e suporte.

Surge então um mercado de serviços voltado para o atendimento a pessoas físicas e pequenos escritórios, os quais irão buscar nestas empresas a devida assistência, visando garantia de bom funcionamento e continuidade no uso de softwares e acesso a serviços de internet. A informática, e o bom funcionamento dos equipamentos, bem como a assistência técnica eficiente e eficaz pode trazer resultados que influenciam a empresa que recebe o serviço e todas aquelas que são atendidas pela empresa e ou pessoa física assistida.

A criação de empresas neste segmento acontece nos mais diversos municípios e regiões, e sua existência passa a influenciar as localidades onde se instalam.

Este estudo visa estabelecer uma análise do número de empregos gerados, mais especificamente aqueles ocupados por pessoas que morem nos mesmo bairro onde estão instaladas. O número de clientes locais passa a ser também objeto de análise. Igualmente deseja-se identificar se estas empresas desenvolvem algum tipo de ação social na região em que estão instaladas, e a existência ou não da preocupação por parte de seus proprietários e/ou gestores quanto a questões ambientais.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar como as micro e pequenas empresas do comércio de informática de Curitiba – Regional Portão contribuem para o desenvolvimento local.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar o número de empregados das empresas daquele segmento, e destes quantos residem na mesma regional onde estão instaladas;
- Analisar junto às empresas o percentual de clientes e fornecedores que estão na mesma regional em que estão instaladas;
- Identificar se existem ações sociais destas micro e pequenas empresas para com a comunidade na regional em que se encontram;
- Identificar se existe preocupação por parte de seus proprietários e/ou gestores quanto a questões ambientais, como manuseio de equipamentos e produtos químicos considerados nocivos à natureza e destino da chamada “sucata tecnológica”, ou ainda o uso racional de recursos.

1.4 JUSTIFICATIVA

O uso da tecnologia tem sido assunto de debate no meio acadêmico e empresarial, onde por vezes esta tem sido objeto de críticas, já que para muitos a tecnologia acaba por substituir postos de trabalho, quando empregada em processos produtivos, principalmente na indústria. Por outro, existe o lado daqueles que defendem o efeito positivo da tecnologia, que se por um lado compromete a manutenção de determinadas posições no mercado de trabalho, por outro esta mesma tecnologia acaba por incentivar, gerar e desenvolver outros postos de trabalho, como o de serviços. Neste caso, há uma transferência de postos de trabalho e uma profunda necessidade de reprofissionalização. Isto implica em tempo e novos profissionais, o que pode significar que o trabalhador pode estar desempregado.

Neste cenário, surgem micro e pequenas empresas que se estruturam no sentido de oferecer produtos e serviços que atendam uma demanda cada vez mais crescente de pessoas físicas e jurídicas que se utilizam da tecnologia como ferramenta de gestão e condução do próprio negócio, já que o mercado de microcomputadores e seus periféricos tem se tornado cada vez mais acessíveis à sociedade, com preço baixo e condições de pagamento facilitados.

Este trabalho está vinculado com a linha de pesquisa do Mestrado que é o estudo junto à Organizações e Desenvolvimento Local. Por meio deste estudo busca-se identificar qual é a relação de empregos e clientes locais, ações sociais e

preocupações ambientais por parte destas organizações.

A existência anterior de outros trabalhos de dissertação como o de Jerônimo Mendes em Fatores Condicionantes de Sucesso das Pequenas e Medias empresas na Região Metropolitana de Curitiba e sua Contribuição para o Desenvolvimento Local e de Lenisse Isabel Buss em A Contribuição das Instituições de Educação Tecnológica para o Desenvolvimento Local: um estudo de caso da UTFPR – Campus Medianeira, ambas defendidas no mesmo programa de Mestrado objeto desta dissertação, motivam igualmente a elaboração de um trabalho complementar no sentido de se explorar, agora de forma quantitativa, a contribuição das micro e pequenas empresas de informática no desenvolvimento local.

Os dados coletados poderão ser utilizados por outras instituições de ensino superior, de forma que possam ser gerados dados ampliados de forma regional ou nacional.

Em termos locais, este trabalho poderá contribuir para criação de políticas públicas que possam incentivar micro e pequenas empresas a manterem um percentual mínimo de mão-de-obra local, contribuindo assim para o desenvolvimento de sua regional/bairro e ainda políticas públicas que possam orientar empresários deste segmento no que se refere ao uso e destino de equipamentos e produtos químicos oriundas de suas atividades para locais apropriados, visando preservação do meio ambiente.

1.5 LIMITAÇÕES

A limitação espacial deste trabalho é o município de Curitiba/PR, mais especificamente a Regional do Portão, composta por 10 bairros, e responsável por 14,61% da população daquele município.

Portanto, uma de suas limitações é a de que este trabalho não irá possibilitar a comparação dos fenômenos ali constatados para com as demais regionais daquele município.

Outra limitação fica por conta da análise de desenvolvimento de micro e pequenas empresas a partir de um único segmento, o do comércio de informática, não sendo portanto extensivo a outros nichos de mercado.

1.6 METODOLOGIA

Este trabalho é caracterizado como sendo de caráter quantitativo, com pesquisa exploratório-descritiva, aplicada em estudo de caso.

De acordo com Marconi e Lakatos (2005), estudos exploratórios são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.

Quanto às técnicas de pesquisa, inicialmente foi feita uma pesquisa bibliográfica, baseada em documentos públicos como pesquisas, revistas, livros, monografias e teses.

Em seguida, fez-se uma pesquisa de campo, com a aplicação de um questionário junto à uma população previamente delimitada.

Levantados os dados em campo, os mesmos foram tabulados de forma a facilitar a leitura das informações obtidas, seguido de análise, conclusão e recomendações.

1.7 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Este trabalho está dividido em cinco partes. No primeiro capítulo são apresentados o tema, problema, objetivos, justificativa, limitações e metodologia utilizados.

No segundo capítulo está a fundamentação teórica, a qual visa resgatar questões relacionadas à tecnologia, o desenvolvimento sustentável e suas dimensões, as micro e pequenas empresas e sua classificação e a estratificação de empresas a serem estudadas.

Os procedimentos metodológicos estão descritos no terceiro capítulo, composto por caracterização de pesquisa, perguntas de pesquisa e plano de coleta de dados.

O quarto capítulo fica por conta da apresentação dos resultados coletados, através da formatação de informações de forma a facilitar sua leitura e entendimento.

Já o quinto capítulo trata da conclusão da pesquisa realizada, demonstrando informações obtidas na pesquisa e algumas recomendações para estudos posteriores.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo se propõe a fazer uma revisão literária sobre tecnologia, desenvolvimento sustentável, desenvolvimento local e a composição legal das micro e pequenas empresa no Brasil.

2.1 TECNOLOGIA

Tecnologia no mundo contemporâneo é quase que palavra obrigatória do nosso vocabulário, afinal ela está presente em praticamente tudo o que produzimos e consumimos. Esta percepção pode ser atestada a partir de vários pesquisadores, como veremos a seguir.

Para Alessio e Shimizu (2001 apud BUSS 2007), atualmente a tecnologia pode ser entendida como a capacidade de perceber, compreender, criar, adaptar, organizar e produzir insumos, produtos e serviços.

Porém, criar produtos e serviços deve obrigatoriamente estar associada à capacidade de se observar e dominar o processo de produção dos mesmos, logo tecnologia está ligado diretamente ao conhecimento científico, conforme esclareceu Medeiros (1993):

É o conhecimento científico que está na base da fabricação de artigos mais refinados e no desenvolvimento de métodos e processos avançados em áreas como saúde, agricultura e transporte. [...] A maioria dos cientistas tem os pés solidamente fincados no chão de universidades e centros de pesquisa, onde se investem bilhões de dólares na criação de produtos que vão ser amplamente consumidos. A tecnologia não é mais fruto de sonhos ou delírios individuais, como bem demonstra o exemplo dos criativos japoneses. Resulta de políticas definidas e de programas de trabalho muito bem-estruturados (MEDEIROS e MEDEIROS, 1993, p. 18).

O uso da tecnologia, associado ao conhecimento científico levam de uma forma evolutiva, por assim dizer, que o conhecimento gerado necessita ser armazenado para pesquisa e uso da informação quando necessário. Portanto, esta resposta poderá ser dada com a chamada tecnologia da informação, tratada e fundamentada no próximo item deste trabalho.

2.2 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Para Rezende e Abreu (2003), tecnologia da informação são recursos tecnológicos e computacionais para a geração e uso da informação.

O uso das informações serve, segundo Foina (2001) para o atendimento de objetivos específicos, como por exemplo, a compra de um bem, e para tanto empresas e pessoas contam também com a utilização da tecnologia da informação que se compõe de diversas ferramentas como computadores, bancos de dados e comunicação de voz, dados e imagens.

Com o advento do surgimento de novas tecnologias compatíveis com a rede mundial de computadores, as organizações passaram a dispor de um número cada vez maior de recursos capazes de promover a interação entre as pessoas. Com a utilização destas tecnologias, o nível de relações regionais e internacionais se multiplicou de forma exponencial, estabelecendo um novo panorama mundial que possibilitou o livre e irrestrito acesso a inúmeras informações. Por meio da grande rede mundial de computadores é possível estabelecer pesquisas, adquirir produtos e serviços, efetuar operações bancárias, encontrar comunidades onde indivíduos compartilham os seus hobbies, participar de discussões sobre temas de interesse comum e até mesmo buscar alternativas, entre as mais criativas, para enfrentar a solidão.

O acesso facilitado a tantos serviços eletrônicos acaba por gerar um outro conceito citado por Albertin (2004) que afirma que a tecnologia da informação é tudo aquilo que podemos obter, armazenar, tratar e disponibilizar em termos de informação.

De acordo com Goldsmith (2001), a maior concorrência global leva a oferta de produtos e serviços de maior qualidade e preço, e os consumidores podem ter acesso a uma grande diversidade de bens, que podem ser produzidos em qualquer lugar do mundo.

Este acesso a bens que trata Goldsmith pode ser facilitado pela utilização da tecnologia de informação, ou seja, pessoas e empresas se utilizando de redes como a internet, para justamente encontrar produtos e serviços que atendam suas necessidades.

Por outro lado, esta mesma tecnologia que facilita a vida das pessoas e que acelera e melhora o processo produtivo, por vezes é tachada como vilã de um outro problema bastante debatido, o chamado desemprego tecnológico, tratado na seqüência.

2.3 DESEMPREGO TECNOLÓGICO

Falar sobre desemprego tecnológico sugere a idéia de que todo o avanço ocorrido no processo produtivo, principalmente a partir da revolução industrial, dá a idéia de que trabalho e tecnologia competem por um mesmo espaço, onde o empregado é o grande prejudicado.

Para Oliveira e Mañas (2004), um conceito clássico de trabalho é aquele que envolve toda atividade humana que transforma a natureza, buscando satisfação e realização, ou seja, é a eterna busca do homem pela conquista de seus objetivos à partir do uso de suas habilidades, utilizando-se de recursos como capital, ferramentas, máquinas, matérias-primas e terra.

Outro fator contemporâneo de desemprego passa pela globalização, já que esta acirra a concorrência de forma global, obrigando as empresas a reverem seu processo produtivo e seus custos. Junto com a globalização, o progresso tecnológico, por ser fonte de crescimento e origem de elevação da produtividade em períodos de expansão econômica, porém em períodos de depressão, esta mesma inovação pode gerar um ciclo de desempregos. Vale lembrar que o progresso tecnológico em ascensão pode levar inúmeras empresas concorrentes à falência, provocando desaparecimento de produtos e empregos, mas pode igualmente acabar por criar novos produtos, empresas, setores e conseqüentemente empregos.

Por outro lado, Pastore (1998) observa que a afirmação de que tecnologia substitui trabalho é fácil, porém provar que tecnologia gera desemprego é difícil. Tecnologia e emprego se relacionam com vários outros fenômenos de natureza econômica, institucional, educacional e até política. Sendo assim, a coincidência de avanços tecnológicos com aumento de desemprego não é suficiente para concluir que a tecnologia seja destruidora de empregos.

Moura (1998) enfatiza que nunca foi comprovada a alegação de que as novas tecnologias são as grandes responsáveis pelo desemprego.

2.4 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO GERADORA DE EMPREGOS

Um estudo feito pelo Centro Universitário Franciscano do Paraná – UNIFAE e a Companhia de Desenvolvimento de Curitiba – Curitiba S/A (2005), chamado Relatório de Pesquisa – Desenvolvimento Econômico de Curitiba: Perfil, Territorialidade e Tendências, identificou naquele município as atividades

econômicas e de emprego, sua população de primeiro emprego, as características das micro e pequenas empresas e as características gerais de emprego na área de Tecnologia de Informação e na área de Turismo, em Curitiba, no período de 1996 a 2003.

Especificamente sobre Tecnologia da Informação, o estudo mostra que o crescimento de empregos na área de tecnologia foi maior que a evolução positiva da população ocupada total, onde os empregos nessa área tecnológica avançaram 41,77%, entre 1996 e 2003, conforme demonstrado no quadro abaixo.

Atividades de Tecnologia	Número de empregos em 1996	Participação (em %) de cada atividade no total de tecnologia	Número de empregos em 2003	Participação (em %) de cada atividade no total de tecnologia	Evolução (em %) das atividades de tecnologia entre 1996 e 2003
Reprodução de softwares em disquetes e fitas	5	0,08	-	-	-
Fabricação de tintas de impressão	5	0,08	35	0,39	600,00
Fabricação de máquinas de escrever e calcular, copiadoras e outros equipamentos...	234	3,65	269	2,96	14,96
Fabricação de computadores	142	2,22	751	8,27	428,87
Fabricação de equipamentos periféricos para máquinas eletrônicas	47	0,73	180	1,98	282,98
Fabricação de máquinas, aparelhos e equipamentos de sistemas eletrônicos...	101	1,58	50	0,55	-50,50
Fabricação de canetas, lápis, fitas impressoras para máquinas e out...	20	0,31	19	0,21	-5,00
Com. varejista de equipamentos e materiais para escritório	1.275	19,91	3.453	38,03	170,82
Comércio atacadista de computadores, equipamentos de tel	-	-	75	-	-
Consultoria em hardware	111	1,73	378	4,16	240,54
Desenvolvimento de programas em informática (DESATMADO)	484	7,56	221	2,43	-54,34
Processamento de dados	2.631	41,08	1.484	16,35	-43,60
Ativ. de banco de dados e distribuição on-line de conteúdo eletrônico	20	0,31	94	1,04	370,00
Manutenção e reparação de maquinas de escritório e de informática	564	8,81	574	6,32	1,77
Outras atividades de informática, não especificadas anteriormente	765	11,95	1.496	16,48	95,56
Total	6.404	100,00	9.079	100,00	41,77

Quadro 1: Evolução do emprego nas atividades de tecnologia, em Curitiba – 1996 a 2003

Fonte: Relatório de Pesquisa Centro Universitário Franciscano do Paraná e Curitiba S.A.(2005)

Observando a variação positiva do aumento de empregos gerados na atividade comércio varejista de equipamentos e materiais para escritório (170,82%), é possível fazer um paralelo do que representa o fenômeno de aumento da produção e oferta de computadores, cada vez mais acessíveis à população.

Conseqüentemente, ao se tornarem mais acessíveis, os computadores acabam por demandar serviços específicos, desencadeando igualmente geração e aumento de novos empregos como os de consultoria em hardware (240,54%) e de

atividades com desenvolvimento de bancos de dados e de distribuição on-line de conteúdo eletrônico (370%).

Mesmo considerando variações negativas em algumas atividades, como as desenvolvimento de programas (-54,34%) e de processamento de dados (-43,60%), o saldo de empregos gerados em tecnologia da informação no período é positivo.

Se por um lado o uso intensivo da tecnologia no processo produtivo pode comprometer o número de postos ocupados na indústria, esta mesma tecnologia acaba, neste caso, por gerar novos postos de trabalho no comércio de equipamentos e na prestação de serviços em informática.

Entretanto, a criação de novos empregos a partir da tecnologia deve ser observado com cuidado. Do contrário corre-se o risco de se generalizar o efeito benéfico desta.

Rifkin (2001) lembra que entre 1989 e 1993 1,8 milhões de trabalhadores perderam seus empregos na área industrial nos Estados Unidos, grande parte deles vítimas da automação, e destes apenas um terço foi capaz de encontrar novos empregos no setor de serviços, ainda assim, com redução de 20% na remuneração.

Outro dado interessante revela ainda que em agosto de 1993 o governo federal americano anunciava a geração de quase 1.230.000 empregos, mas o que não foi dito é que 60% destes eram de meio período, forçando assim trabalhadores americanos a aceitar empregos sem futuro, apenas como meio de sobrevivência (RIFKIN, 2001, pg.183).

Como resultado prático, a tecnologia passa obrigatoriamente a fazer parte da vida das pessoas, independente de seus efeitos benéficos ou não, e o seu impacto passa então agora a ser discutido em profundidade.

2.5 O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA VIDA DE EMPRESAS E PESSOAS

As organizações sofrem constantes mudanças de acordo com as alterações ocorridas no ambiente onde estão inseridas. O surgimento e a aplicação de novos recursos tecnológicos contribuem de forma significativa para que estas mudanças ocorram em um ritmo cada vez mais acelerado, exigindo das organizações a manutenção de um permanente estado de adequação a estas novas realidades.

A edição especial sobre tecnologia, publicada pela Revista Veja mês de julho/2006, apresenta diversos dados curiosos que permitem ilustrar o ritmo de

surgimento e absorção de novas tecnologias pelas sociedades contemporâneas. De acordo com a reportagem, a telefonia fixa precisou de 74 anos para atingir 50 milhões de usuários, enquanto que o Skype, famosa tecnologia para comunicação on-line via computadores, levou apenas 22 meses para atingir o mesmo público. O gráfico abaixo ilustra melhor estes dados.

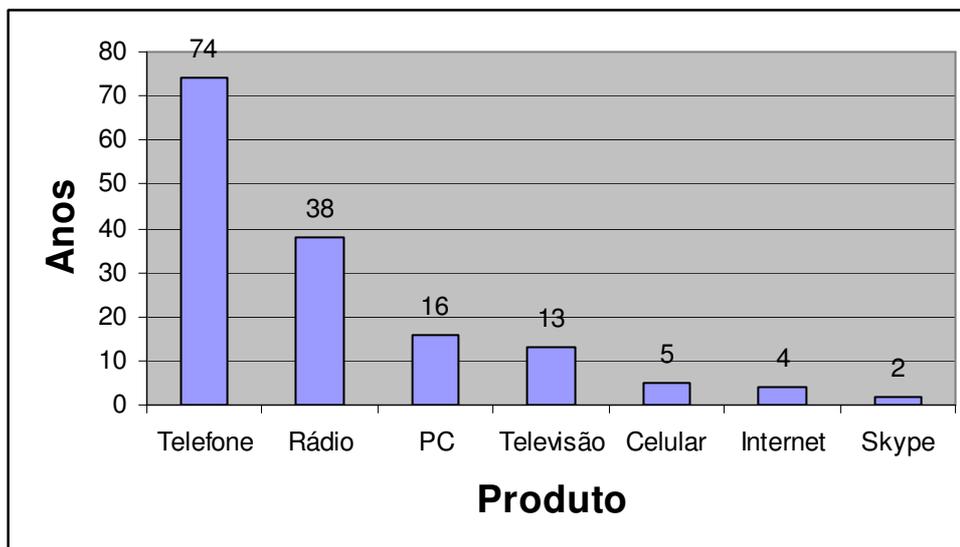


Figura 1 – Tempo gasto para um produto atingir 50 milhões de usuários
Fonte: Revista Veja, edição especial nº 71, julho 2006, adaptado pelo autor

Em seu pouco tempo de existência, a internet já conta com aproximadamente 1 bilhão de usuários no mundo, correspondendo cerca de 20 por cento da população mundial estimada em 6 bilhões de pessoas. Com a evolução das tecnologias, novas pesquisas científicas passaram a ser realizadas em escalas milhões de vezes menores que um alfinete, constituindo nanotecnologia, uma das mais importantes fronteiras científicas na atualidade.

A possibilidade de utilização destes recursos tecnológicos promoveu uma verdadeira revolução no ambiente organizacional das empresas. A comunicação passou a ser estabelecida de uma forma mais dinâmica, deixando de ser apenas simétrica para tornar-se também assimétrica, ou seja, não mais exigindo a disponibilidade imediata das pessoas para ser estabelecida. A comunicação também passou a ser instantânea e global, permitindo que colaboradores das mais diferentes comunidades ao redor do mundo estabelecessem a troca de informações de uma forma rápida e facilitada.

As novas características de interação proporcionadas pela aplicação de novas tecnologias exigiram das organizações dinâmicas uma profunda revisão em seus

modelos de gestão. Por meio da plena aplicação destas novas tecnologias, a razão da colaboração passou a ter um maior nível de importância em relação a simples razão da submissão. O modelo hierárquico tradicional, responsável pelo estabelecimento de uma estrutura rígida e controlada, passou a ceder lugar a um novo modelo de gestão compatível com as expectativas e anseios da sociedade da era da informação, alicerçado em conceitos oriundos de um forte sentimento de comunidade. Desta forma a interação nas organizações dinâmicas deixou de ser realizada de forma vertical e autoritária, passando a ser realizada também de forma horizontal e participativa, onde os elementos interagem em torno de objetivos comuns e onde cada elemento responde diretamente pela produção de seus próprios resultados, na busca de sua plena realização profissional e da contribuição para a organização da qual participa. Estas afirmações podem ser confirmadas no processo de reengenharia do modelo de gestão realizado pela Volvo, onde Quadros (2001) constatou que o trabalhador pode ser mais confiante, criativo e sobretudo mais livre para trilhar o caminho da autodeterminação se tiver oportunidade de vivenciar na empresa a experiência do autogerenciamento.

Para Barksdale (1998), a organização do futuro funcionará mais como um conjunto dinâmico de comunidades inter-relacionadas do que como uma rígida série de hierarquias verticais. Desta forma, segundo o autor, uma comunidade poderá ser definida como um agrupamento de indivíduos alinhados em torno de um interesse comum. Este interesse comum, defendido por Barksdale, será de fato o novo e único combustível capaz de movimentar a organização em um ritmo compatível com a velocidade do mercado e expectativas da sociedade.

De acordo com Barksdale (1998), outra maneira pela qual a organização do futuro começará a se assemelhar a uma comunidade em oposição a uma empresa tradicional, será por meio do maior aproveitamento das equipes. As novas tecnologias possibilitam a formação de equipes multidisciplinares, capazes de conceber, produzir, distribuir e vender produtos e serviços com um maior índice de eficiência. Por sua vez estas equipes deixam de ter características locais ou regionais para assumir uma condição de participação global, onde colaboradores distribuídos ao redor do mundo terão a oportunidade de estabelecer a sua participação decisiva para o atingimento dos resultados esperados.

Desta forma, se tornará cada vez mais comum o surgimento de comunidades por interesse dentro das organizações. Para Barksdale (1998), os novos produtos e

serviços serão desenvolvidos em meio a um vácuo, entre clientes e fornecedores que se tornarão mais envolvidos no processo de desenvolvimento e aperfeiçoamento de produtos, justamente pelo fato de todos estarem interessados no atingimento dos objetivos comuns. Segundo o autor, a criação destas comunidades ajudará a forjar relacionamentos de longo prazo entre as pessoas, relacionamentos que fornecerão a necessária estabilidade para que organizações prosperem em um mundo que altera rapidamente.

As tecnologias representam grandes vantagens e também grandes desafios em termos da possibilidade da comunicação global, do comércio global e da cultura. Na questão relacionada à comunicação global, Goldsmith (1998) considera que a tecnologia de comunicação representa uma grande oportunidade de interação capaz de proporcionar a evolução em escala mundial. Como exemplo, o autor cita a possibilidade de uma criança residente em uma remota aldeia rural da Índia receber instrução de um grande pensador que esteja a milhares de quilômetros de distância.

Goldsmith (1998) vê vantagens em relação à promoção do comércio internacional por meio do emprego de novas tecnologias, pois considera que a maior concorrência global leva a produtos e serviços de maior qualidade e menor preço, ampliando significativamente o nível de eficiência do mercado. Também demonstra a sua preocupação quanto ao estabelecimento de um estado de homogeneidade dos produtos e serviços, gerando um padrão mundial que interfere diretamente nas culturas locais.

Em relação à cultura, Goldsmith (1998) considera que o maior acesso à informação possibilita que um maior número de oportunidades culturais esteja disponível para uma grande parcela da humanidade. Embora esta questão possa representar uma grande oportunidade, representa também o risco da extinção de algumas culturas, as quais provavelmente passarão a adotar sistematicamente o padrão dominante.

Goldsmith (1998) faz ainda uma reflexão sobre três desafios-chave: a busca do humanitarismo como forma de evitar o isolamento, a comemoração da diversidade como forma de evitar o conformismo e a criação de valores a longo prazo em substituição a estímulos de curto prazo. O autor alerta para os riscos do isolamento, onde cada vez mais milhões de usuários passarão horas e horas frente à tela do computador, preocupando-se pouco com os residentes de sua comunidade e com a promoção de esforços para ajudar as gerações futuras. Há a possibilidade

de ampliação do quadro de conformismo mundial, onde cada vez mais as pessoas adotarão comportamentos e costumes comuns, principalmente em razão dos estímulos proporcionados com o objetivo de curto prazo como propagandas orientadas ao consumo.

Goldsmith (1998) considera que o combate a estes males se dará através de atitudes positivas. O isolamento deve ser combatido por meio da promoção de atividades humanitárias, por meio das quais as pessoas tenham a oportunidade de promover a ajuda mútua e a comemoração do sucesso dos outros, contribuindo para que membros da comunidade menos afortunados se tornem mais produtivos e bem-sucedidos. O estímulo de curto prazo deve ser substituído pela criação de valores de longo prazo, como forma de contribuição efetiva para a evolução de nossa sociedade. O conformismo deve ser erradicado pelo estímulo constante da manutenção de um quadro de diversidade, como forma de ajudar a expandir e desenvolver a mente humana.

As relações do futuro se darão cada vez mais por meio do incremento das tecnologias de comunicação e pela inserção dos indivíduos em comunidades virtuais de interesse comum. Para Rheingold (1998), uma comunidade virtual é definida por um grupo de pessoas que pode ou não se encontrar face a face e que troca idéias através da rede mundial de computadores. De acordo com o autor, tais relações no campo virtual dão margem a casamentos, nascimentos e mortes reais, afetando as pessoas no mundo real. Logo as comunidades virtuais se constituem em importantes instrumentos para conectar pessoas de acordo com interesses múltiplos compartilhados.

Porém, não é difícil imaginar que por vezes somos induzidos a entender que virtual é um meio intangível de se comunicar, passando a idéia de que o físico daria espaço ao intocável, irreal ou surreal.

De acordo com Lévy (2003), a virtualização não é uma desrealização (a transformação de uma realidade num conjunto de possíveis), mas uma mutação de identidade. Como exemplo, o autor cita uma organização clássica, ou seja, aquela que é física, composta por departamentos, pessoas e postos de trabalho, sujeita a registro de ponto. Já a empresa virtual é aquela que se utiliza de recursos como o teletrabalho, o qual substitui a presença física de seus empregados num mesmo local de trabalho pela participação numa rede de comunicação eletrônica, através do uso de recursos e programas que possibilitem a cooperação.

Neste contexto, a virtualização não pode ser vista como um fenômeno irreal ou intangível, já que o uso da comunicação via rede permite gerar um mesmo resultado que aquele onde a organização clássica se manifesta, ou seja, a cooperação e o desenvolver de atividades entre seus empregados, porém não mais sob 4 paredes e um amontoado de móveis e equipamentos e supervisão presencial, mas através do uso de tecnologia, como o serviço de internet, conectando estes mesmos empregados, agora em suas próprias casas, saguões de aeroportos, praças de alimentação em shoppings centers, entre tantos outros locais que disponham deste serviço. Em outras palavras, a virtualização possibilita o mesmo fim, que é o esforço e o trabalho integrado de uma equipe, porém o que muda é meio.

Muitos críticos consideram que a utilização das tecnologias de comunicação contribui para a ampliação do grau de alienação das sociedades. Como forma de contribuição para esta reflexão, Rheingold (1998) menciona que os computadores não podem ser considerados os únicos responsáveis. O autor menciona que outras tecnologias também nos levaram a alienação, como os automóveis que são responsáveis pelo surgimento dos engarrafamentos e subúrbios, ou como os elevadores que nos levaram aos altos dos edifícios.

A importância da tecnologia para o contexto atual da humanidade tornou-se um fato de incontestável relevância para a humanidade. Negar a sua existência ou impedir a sua utilização seria capaz apenas de produzir resultados a curto prazo. Goldsmith (1998) cita dois exemplos capazes de retratar esta realidade. O primeiro relacionado à internet, onde qualquer informação controlada ou censurada poderia ser facilmente replicada em outro lugar do mundo. No segundo exemplo o autor considera o perfil das pessoas jovens e brilhantes desenvolvedoras de novas tecnologias, que acreditam no livre fluxo de informações, não gostam de censura e não se intimidam com normas governamentais.

Castells (1999) lembra ainda que a era da tecnologia da informação ocorrida no final do século XX culminou numa chamada revolução tecnológica, que diferente da revolução industrial que centralizou e revisou processos a partir de conhecimentos preexistentes, acabou por aplicar conhecimentos e informações para geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e o uso, onde seus usuários se apropriam e redefinem tecnologia de forma constante, onde a

mente humana passa a ser a força direta de produção, e não apenas um elemento decisivo no processo produtivo.

2.6 INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Inovação tecnológica e tecnologia da informação caminham juntas, já que ambas remetem à idéia de que existe uma busca constante de se fazer o novo, ainda que o novo seja fazer algo que já existe, porém de forma diferente, evoluída. É neste contexto que a inovação acaba fazendo parte da vida das pessoas, num constante repensar, acreditando que tudo pode ser melhorado, de forma que a vida das pessoas possa ser facilitada, através da oferta de produtos e serviços.

A esta capacidade de se repensar e transformar ou criar o novo, Schumpeter (1984) dá o nome de destruição criativa, apoiado no princípio de que o mercado necessita constantemente revolucionar a estrutura econômica de dentro para fora, destruindo o velho, criando o novo. Para ele, as limitações do crescimento econômico não estão na capacidade de investimento, mas sim na existência de projetos rentáveis, pelo estoque de conhecimento e por pessoas capazes de empreender.

De acordo com Schumpeter (1984, apud CARON 2003), a expansão econômica ocorre através de novas combinações do processo produtivo, ou seja, através de inovações, considerando as seguintes alternativas:

1. Introdução de um novo bem, ou de uma nova qualidade, com o qual os consumidores ainda não estão familiarizados.
2. Introdução de um novo método de produção que ainda não tenha sido testado pela indústria de transformação e que de algum modo precisa estar baseado numa descoberta científica nova, que pode constituir uma nova maneira de comercializar uma mercadoria.
3. Abertura de um novo mercado, um mercado em que um ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha entrado.
4. Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou de bens semifaturados, independentemente do fato de essa fonte já existir ou ter que ser criada.
5. Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio ou a fragmentação de uma posição de monopólio.

Sendo assim, podemos observar que a inovação acaba ocorrendo em função de uma necessidade, logo existem riscos. Na ótica de Schumpeter, a inovação, aliada a pessoas empreendedoras, acaba por impulsionar o chamado mundo capitalista, que corre riscos sim, já que seu objetivo é crescimento. Isso irá ocorrer

justamente através da oferta de novos produtos e serviços que teoricamente irão atender novas demandas, e portanto, novas necessidades do mercado, logo o risco é intrínseco, já que não há total garantia do sucesso daquele novo produto ou serviço proposto.

Drucker (1985) entende ainda que a inovação é sistemática, aquela que consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer a inovação econômica ou social.

Para Drucker, a inovação sistemática significa o monitoramento de sete fontes para uma oportunidade inovadora. Diz o autor:

As primeiras quatro fontes estão dentro da instituição [...]. Elas são basicamente sintomas. Porém, elas são indicadores bastante confiáveis de mudança que já ocorreram ou que podem ser provocadas com um pequeno esforço. Essas quatro fontes são:

- O inesperado – sucesso inesperado, o fracasso inesperado, o evento externo inesperado.
- A incongruência – entre a realidade como ela é de fato, e a realidade como se presume ser ou como “deveria ser”.
- A inovação baseada na necessidade do processo.
- Mudanças na estrutura do setor industrial ou na estrutura do mercado que apanham a todos desprevenidos.

O segundo grupo de fontes de oportunidade inovadora, um conjunto de três delas, implica em mudanças fora da empresa ou do setor:

- Mudanças demográficas (populacionais).
- Mudanças em percepção, disposição e significado.
- Conhecimento novo, tanto científico como não-científico.

As linhas que delimitam essas sete áreas de fontes de oportunidades inovadoras são nebulosas e existe uma considerável sobreposição entre elas. [...] As sete fontes requerem análises em separado, pois cada uma tem características bem definidas. Nenhuma área é, contudo, inerentemente mais importante ou mais produtiva que outra. (DRUCKER, 1985, p. 46-47).

2.7 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo está ligado intimamente à inovação tecnológica, pois este predispõe a idéia de que a inovação só ocorre através de atitude, e esta atitude só é possível se acompanhada de habilidades e características pessoais que bem usadas poderão gerar grandes empreendimentos.

Bernardi (2003) lembra que o empreendedor tem um perfil característico, onde sua personalidade se destaca por: senso de oportunidade, dominância, agressividade e energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade e resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar sonho e realização e habilidade de relacionamento.

Dentre as características citadas, algumas delas merecem certo destaque, pois não só evidenciam atitudes empreendedoras, mas auxiliam o indivíduo em acreditar e manter o seu negócio, as quais são detalhadas a seguir.

A primeira, ainda que não citada de forma objetiva, seria a própria inovação. O empreendedor tem dentro de si uma vontade permanente de fazer algo melhor, ou ainda criar algo que possa ser um facilitador na vida das pessoas. Conforme já comentado, a inovação muitas vezes é fazer algo que os outros já fazem, só que melhor ou de forma mais eficiente. Esta pré-disposição em fazer melhor pode acabar se tornando uma mola propulsora da própria permanência da empresa, principalmente do micro e pequeno empresário, que dada limitação de investimentos e, da concorrência de empresas de grande porte, vê na inovação a possibilidade de identificar oportunidades que muitas vezes acabam não sendo exploradas pelo mercado.

Outra característica interessante, e que caminha junto com a inovação é a auto-confiança. Fazer diferente remete a uma necessidade de arriscar, no sentido de acreditar que aquilo que se está pensando em lançar no mercado será bem aceito. A auto-confiança também se refere ao acreditar no negócio, na empresa, já que o micro e pequeno empresário convivem não só com restrições orçamentárias, mas com inúmeras dificuldades do dia-a-dia como concorrência, mercado, governo, fornecedores, acesso a matéria-prima, entre outros, que por si só, poderiam agir como fatores inibidores ao risco.

Aliado à inovação e auto-confiança, micro e pequenos empresários sabem que seus sonhos para se tornarem realidade necessitam interagir com os mais diversos atores, e se este olhar para dentro da empresa, irá observar que depende muito daqueles que com ele trabalha, ou seja, sócios e empregados. Para isso, a liderança é fundamental, pois somente ela poderá nortear os objetivos da empresa, de forma que todos os envolvidos possam entender e retroalimentar estes sonhos. O líder deve ter a capacidade de se fazer entender. Mais do que isso, ele deve igualmente desenvolver a habilidade de saber ouvir e entender que os sonhos da empresa devem ser coletivos.

Junto com a liderança deve vir o planejamento. De nada vale o empresário falar o que pretende fazer e onde chegar, se não ficar claro “como” fazer. Neste caso, o planejamento deve ser utilizado como ferramenta para se atingir metas e objetivos, e novamente o espírito de liderança deverá propiciar a participação de

todos os envolvidos. O planejamento igualmente deverá ser revisto de tempos em tempos, pois este é suscetível à falhas. O importante é colocar no papel o que se pretende, em quanto tempo e com que recursos será cumprido. Desta forma, um planejamento bem elaborado servirá também como meio de comunicação na empresa, atuando também como facilitador quanto às tarefas e obrigações de cada membro.

Destaca-se ainda como característica importante do empreendedor o otimismo, o qual acaba por revelar, por assim dizer, a face daqueles que realmente acreditam no que fazem. Não a nada pior do que alguém que insiste em algo que não acredita, pois o sentimento de frustração irá certamente contaminar todos os envolvidos, dificultando sua reversão. Mas o empreendedor, sendo otimista, saberá entender que os obstáculos surgirão na medida em que ele necessite ser testado, pois só assim saberá que o mundo real é cercado de armadilhas, mas com habilidade e atenção, poderá vencê-las. É por isso também que se espera que o empreendedor possa transformar erros em oportunidades de aprendizado. Ele sabe que o erro faz parte de um sucesso futuro, cabendo somente a este identificar os pontos falhos de forma que não ocorram novamente, ou que se evite que haja reincidência. Em outras palavras, deve haver tolerância ao erro, mas não na persistência deste.

Se o empreendedor aceita o erro, outra característica diretamente ligada é a do aprendizado, pois este tem a capacidade de entender que não sabe tudo, mas que aprender é uma fonte inesgotável de acúmulo de conhecimento. Cabe ao empreendedor canalizar de forma favorável para seu negócio o uso deste conhecimento, lembrando que todos os envolvidos, sejam sócios, empregados, fornecedores ou clientes tem a sua verdade, o seu conhecimento, e que todos, absolutamente todos podem de alguma forma contribuir para o desenvolvimento sustentável daquela empresa. Erros e acertos acabam por se tornar um exercício diário de persistência, procurando retirar de cada um o melhor.

A última característica aqui destacada é a de habilidade de relacionamento, por muitos também chamada de rede de relacionamento. O empreendedor sabe que necessita conhecer pessoas, pois estas acabam se tornando um poderoso instrumento de informação e divulgação para o seu negócio. É neste sentido que a interação com os chamados atores, ou seja, sócios, empregados, governo, fornecedores, concorrentes, clientes, entre outros, irão, sê bem trabalhados,

contribuir para que o empreendimento prospere. Ou seja, o empreendedor sabe que não está sozinho, e que somente o relacionamento com o ambiente poderá propiciar novas oportunidades a serem exploradas, ou melhorias na oferta de produtos e serviços existentes. Este relacionamento segundo Specht (2008) poderá levar ainda o empreendedor a estabelecer parcerias com estes atores, de forma que estas possam representar vantagens competitivas.

De acordo com Mendes (2006), o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento de um país, e o que sustenta sua atividade empreendedora é um conjunto de valores sociais e culturais que estimulam a criação de novas empresas, gerando prosperidade e riqueza ao seu redor.

Portanto, inovação e empreendedorismo são instrumentos de desenvolvimento não só econômico, mas também social, pois novas empresas, novos produtos ou serviços ou a melhoria destes irão atingir pessoas, seja do ponto de vista de geração de emprego, seja de consumo e bem-estar da sociedade que demanda diariamente novas necessidades. Daí a importância do exercício de empreendedorismo como constante, mesmo sujeito a riscos, já que uma nova idéia não necessariamente irá ter uma resposta positiva do mercado, mas o empreendedor é consciente, portanto arrisca de forma consciente.

2.8 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Quando falamos de desenvolvimento sustentável, mais do que nunca, estamos tratando de um assunto que vem sendo cada vez mais discutido por governantes, ambientalistas e empresários, que de alguma forma, manifestam sua preocupação em garantir crescimento, continuidade, afinal de contas qual a sociedade que não quer ver seu País, estado, cidade ou bairro em evolução?

Daí a importância de se resgatar alguns conceitos básicos que antecedem a questão da sustentabilidade.

Veiga (2005) nos apresenta três respostas ao que chamamos de desenvolvimento: sinônimo de crescimento econômico, desenvolvimento como uma releitura da ilusão e o chamado “caminho do meio”, o do desenvolvimento sustentável.

O crescimento econômico é, segundo o autor, aquele que se apóia nas questões que podem ser mensuradas, como análise de crescimento, renda per capita, índices diversos de produção industrial, etc. O desenvolvimento como uma quimera ou ilusão seria aquele atribuído a uma constatação de que dificilmente

países pobres e/ou em desenvolvimento atingem ao longo do tempo um status de país desenvolvido, onde somente um pequeno grupo fica constantemente a comandar e coordenar como é que o mercado deve de comportar. Já o desenvolvimento sustentável passa por um sentido mais amplo, de mudanças, de evolução, de análise de recursos, de inovações.

Para Bellen (2004), algumas organizações não-governamentais e programas como o das Nações Unidas para o Meio Ambiente e para o Desenvolvimento (Pnuma e Pnud), entendem que o desenvolvimento sustentável se apóia no uso dos recursos naturais em favor do ser humano e no seu aumento de qualidade de vida, onde a sustentabilidade considera fatores social, ecológico e econômico, numa perspectiva de curto, médio e longo prazos.

Buarque (2004) lembra que o crescimento das atividades econômicas em níveis atuais tende a degradar e destruir o meio ambiente e os recursos naturais, estrangulando o desenvolvimento futuro do planeta, traduzindo assim uma consagrada definição do Relatório Brundtland sobre o desenvolvimento sustentável: “aquele que satisfaz às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (CMMAD 1987).

Dutra (2007) lembra ainda que de acordo com o Relatório Brundtland, políticas ambientais compensatórias ou corretivas para os sintomas do crescimento prejudicial não são suficientes para garantir a sustentabilidade do desenvolvimento social e econômico.

Sobre esta ótica, é possível entender a necessidade de se considerar dentro de um processo econômico de crescimento, cuidados para com a natureza, principalmente no que se refere à exploração dos recursos naturais e dos efeitos nocivos que o progresso pode causar ao meio ambiente. Ou seja, o crescimento deve estar alinhado com políticas ambientais que reflitam equilíbrio.

De acordo com Silva e Mendes (2005), o desenvolvimento tem uma conotação de progresso, de industrialização, de consumo e domínio técnico e científico sobre a natureza; logo sustentável significa manter-se em equilíbrio. Este equilíbrio, segundo estes autores, se reforça a partir das cinco dimensões básicas de sustentabilidade citadas por Sachs, sendo elas: a dimensão espacial, social, cultural, ambiental e econômica).

Estas 5 dimensões devem ser complementares e associadas, de forma que o Desenvolvimento Sustentável aconteça. A figura abaixo representa esta premissa.

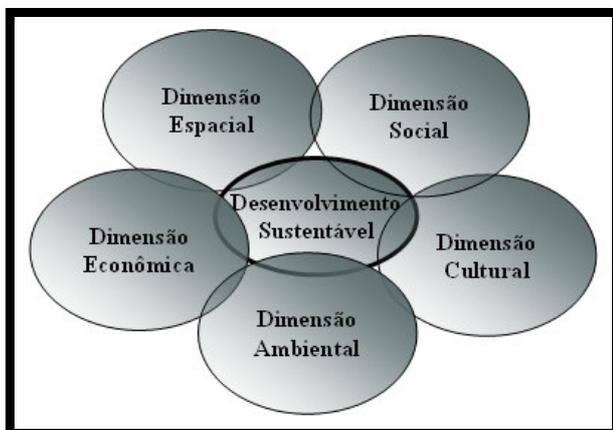


Figura 2 – As 5 Dimensões do Desenvolvimento Sustentável
Fonte: Silva e Mendes (2005) – adaptado pelo autor

Bossel (2004 apud BELLEN, 2004, p.27) afirma que o desenvolvimento sustentável deve ser dinâmico, já que a sociedade e o meio ambiente sofrem mudanças contínuas de tecnologia, culturas, valores e aspirações que se modificam constantemente, e uma sociedade sustentável deve permitir e sustentar essas modificações, lembrando que o resultado destas constantes adaptações não podem ser previstas, já que é consequência de um processo evolucionário que será construído a partir de diferentes caminhos que a sociedade poderá tomar considerando diferentes variáveis como as leis da natureza, ambiente físico, fluxo solar e estoques de recursos naturais, capacidade de carga, atores sociais, organizações, cultura e tecnologia, papel da ética e dos valores, papel do tempo e papel da evolução.

2.9 DESENVOLVIMENTO LOCAL

O desenvolvimento local, igualmente objeto de discussão, é por assim dizer, a delimitação do desenvolvimento sustentável, afinal de contas o que é o local, senão a determinação geográfica ou espacial a ser observada e estudada, de forma que esta se mantenha ativa? Aliás, manter-se vivo é também reaprender a cada dia o como se desenvolver, considerando aspectos culturais e sociais que certamente influenciam e moldam características de uma determinada região.

Neste sentido, Buarque (2002) conceitua o desenvolvimento local como aquele que leva ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos. Diz ainda este autor que para haver consistência, o desenvolvimento local deve mobilizar e explorar as potencialidades locais e contribuir para elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local, sem descuidar da conservação dos recursos naturais locais, pré-condição para a qualidade de vida da comunidade local.

O desenvolvimento local então é efetivo quando empresas, governo e sociedade potencializam seus recursos, seja humano, natural ou tecnológico, de forma que sua competitividade não obstrua nem destrua aquilo que se tem. Pelo contrário, ações que preservem ou que criem alternativas em termos de recursos devem ser constantemente buscadas, sob pena daquela região ser levada ao seu esgotamento.

Para Guimarães e Martin (2001), as médias e pequenas empresas tem papel decisivo no desenvolvimento local, pois são dotadas de um modelo flexível e inovador de produção, realizando atividades colaborativas com outras empresas vizinhas de mesmo porte. Sendo assim, por serem de pequeno porte, estas empresas funcionam como agentes do meio, já que não reúnem condições para atingir todo o processo produtivo, logo estratégias como cooperação com outras empresas do meio, podem gerar a chamada economia de escala, tão conhecida no mundo das empresas de grande porte.

Além da cooperação, micro e pequenas empresas podem igualmente agir de forma mais autônoma, já que o mercado possibilita também a exploração de nichos específicos, dada velocidade da mudança que ocorre nos dias de hoje.

Para Caron (2003), o desenvolvimento local deve buscar um novo modelo de crescimento econômico que aproveite com mais eficiência os recursos existentes para criar empregos e melhorar a qualidade de vida das populações residentes na região.

Esta busca pelo crescimento econômico está, a exemplo do desenvolvimento sustentável, apoiado a uma visão holística das demais dimensões, a saber a espacial, social, ambiental e cultural. A este despeito, Guaragni *et al* (2006), diz:

Para o desenvolvimento local a dimensão espacial traduz-se na limitação do espaço físico a ser estudado de modo a delimitar também os atores e recursos locais que farão parte da análise das ações a serem tomadas. A dimensão social está intimamente ligada à questão econômica e corresponde à forma como a sociedade local se relaciona e se organiza, bem como com as condições de vida dos habitantes daquela sociedade. A dimensão ambiental trata a respeito da preocupação em se preservar as condições do meio ambiente de uma dada sociedade, de modo a garantir a preservação de espécies ligadas à flora e fauna do ambiente local. A dimensão cultural relaciona-se ao conjunto de experiências humanas "cultivadas" por uma sociedade, dando base aos princípios e valores que definem os parâmetros do desenvolvimento local de uma sociedade. Por fim, a dimensão econômica corresponde à forma de organização da sociedade em termos de como, para quem e o que produzir, de modo a satisfazer às necessidades de seus cidadãos. (GUARAGNI *et al*, 2006, p. 75)

De acordo com Caron (2003), é possível analisar os impactos das transformações econômicas mundiais, globais, sobre o local, regional e nacional e as contribuições do local para o global, ou seja, pensar globalmente e agir localmente.

Parte destas ações depende e muito do governo. É o que Buarque (2002) chama de descentralização, que é a ação da administração pública no sentido de criar iniciativas que estimulem e facilitem o desenvolvimento local a partir da mudança de escala de poder numa verdadeira redefinição de papéis entre instâncias públicas e privadas, o que não significa total autonomia de uma das partes, mas sim um processo conjunto e distribuído de ações que resultem em fortalecimento e melhorias do local.

Até porque, nunca é demais lembrar que um local é, normalmente, diferente de outros. Basta que observemos um bairro em relação a outro, dentro do mesmo município. As chamadas etnias, ou seja, as origens de um bairro e de seu povo normalmente determinam certos costumes, ritmo, forma de falar e se vestir, que evidenciam assim que aquela comunidade possui certas características próprias, portanto sujeita a condições diferenciadas de se explorar o mesmo fim, o seu desenvolvimento. Desta forma, justifica-se o porque de se discutir localmente o desenvolvimento, dadas suas especificidades. Do contrário, se tudo fosse igual, não haveria necessidade de se estudar um determinado município, região, bairro ou comunidade, ou mesmo um determinado segmento de mercado.

Neste sentido, é possível afirmar que desenvolvimento local passa pela utilização de um determinado espaço, no qual organizações, governo e sociedade se mobilizam para produzir bens e serviços através do uso da tecnologia e do conhecimento, e seus efeitos são constantemente alterados tanto por ações

externas a ele, ou seja, no sentido global para o local, quanto do local para o global, na condição de ator e influenciador do meio em que está inserido.

Na seqüência, veremos em maior profundidade as dimensões do desenvolvimento.

2.9.1 Dimensão Econômica

Diante da ascensão do capitalismo em todo o mundo, o desenvolvimento era considerado somente um fator de acumulação e crescimento econômico. Países desenvolvidos e subdesenvolvidos eram na verdade, países ricos ou pobres, sendo o PIB e renda per capita as suas maiores referências. O Desenvolvimento era, sobretudo, desenvolvimento econômico.

Foi em 1972 com a Cúpula de Roma que surgiu o termo “desenvolvimento sustentável”, onde interesses até então tratados predominantemente como conflitantes, os relativos a fatores econômicos, sociais e ambientais começaram a ser tratados, pelo menos como interligados, tornando-se o grande desafio, conciliá-los. Ainda que esta possível harmonização não seja aceita por todos, indiscutivelmente a sua busca propiciou avanços reais, permitindo que a questão da sustentabilidade fosse tratada de forma cooperativa por ambientalistas, empresas, governo e sociedade. Sem este norte, provavelmente o tema da sustentabilidade ainda estaria restrito a ONGS e a grupos alternativos de pacifistas e ambientalistas.

A proposta do desenvolvimento sustentável é uma inversão da estrutura adotada nos períodos de expansão industrial e econômica dos Estados Nacionais. Se a prioridade naquele tempo era o crescimento econômico, atualmente, existem autores que afirmam a necessidade do crescimento zero para que o mundo se sustente em seus recursos naturais.

Mas a dimensão econômica é indiscutivelmente importante, pois é ela que dá o ritmo do desenvolvimento local, já que é a partir da geração do conhecimento e de riqueza que uma cidade, estado ou nação poderá possibilitar que a sociedade se desenvolva e se projete globalmente frente aos seus concorrentes.

Não é por acaso que grandes organizações escolhem de forma estratégica o local onde irão instalar suas unidades produtivas.

A estabilidade econômica, o poder aquisitivo e capacidade de produção e consumo são ainda grandes motivadores para que investidores apostem ou não numa determinada região.

Porém, Neto (2004) lembra que a sustentabilidade de uma região implica não só na geração de receita, mas na promoção de benefícios sociais, preservação ambiental, uso de tecnologias não poluentes e de produção limpa, ou seja, da conexão e interdependência das demais dimensões já citadas, e agora abordadas em maior profundidade.

2.9.2 Dimensão Espacial

A dimensão espacial nos remete a idéia de espaço físico, ou seja, a possibilidade de se delimitar a análise de uma determinada área que pode ser desde um bairro, até o município onde está inserido, o estado ou o país. Esta delimitação irá auxiliar um estudo de viabilidade ou de indicadores de sustentabilidade de uma determinada região, onde as demais dimensões irão contribuir com informações para tal estudo, como por exemplo: a dimensão econômica ao se analisar a população empregada, a dimensão social quando observador o nível de escolaridade dos moradores e a dimensão ambiental quando em pauta o estudo dos recursos naturais ali presentes, ou o impacto ao meio ambiente se implantado determinada indústria naquela região.

Silva (2005) lembra ainda que a mudança na dinâmica dessas dimensões pode alterar a abrangência espacial, também, a partir do momento em que as inter-relações e as variáveis se alteram. Como exemplo, cita aquela autor um estudo sobre determinado município e sua interação com outros com os quais aquele faz divisa, alterando inclusive a própria dimensão espacial de análise.

2.9.3 Dimensão Social

A dimensão social se refere principalmente às pessoas que estão inseridas no objeto de análise, suas características, formação escolar, ou seja, o capital social, que em última análise irá contribuir para um estudo de viabilidade qualquer. Esta dimensão abrange ainda outras questões importantes como análise de poder aquisitivo dos indivíduos da região estudada, ou ainda a taxa de crescimento e/ou mortalidade. Um resultado positivo de crescimento populacional pode interagir diretamente sobre a dimensão ambiental, caso os recursos naturais ali presentes não comportem tal crescimento. Do ponto de vista da dimensão econômica, a baixa renda de uma determinada população pode definir a viabilidade ou não de implantação de um novo empreendimento, caso este demanda consumo local.

A dimensão cultural pode influenciar também os resultados de qualquer estudo, já que os símbolos e as tradições de determinada sociedade ou população poderão ser definitivos para sua viabilidade. Por exemplo, a abertura de um restaurante japonês num bairro onde a maioria de seus moradores são de descendência italiana.

2.9.4 Dimensão Ambiental

Preservação do meio ambiente tem sido palavra de ordem nos últimos 20 anos, por isso a importância desta dimensão, a qual remete a idéia de que é necessário efetuar estudo detalhado das chamadas reservas ambientais da região, e considerando um novo empreendimento, quais serão seus impactos. Para isso, faz-se necessário a existência de leis que delimitem a exploração e uso de recursos naturais, bem como de preservação.

Veiga (2005) lembra que durante décadas os economistas foram treinados a excluir do pensamento as bases naturais do sistema econômico, pois se acreditava que os recursos naturais seriam tão substituíveis por capital e trabalho que nem deveriam constituir uma terceira variável na função produção.

Para Silva (2005) a dimensão ambiental interage com as perspectivas econômicas e sociais como uma limitação de recursos para o desenvolvimento. Já a dimensão espacial explicita a abrangência dos recursos disponíveis e a dimensão cultural participa com o pressuposto de vinculação da sociedade com o meio ambiente, sua ação mais ou menos agressiva quanto à sua degradação, já que esta será reflexo de sua educação e de seus valores.

Deve-se ainda considerar a questão tempo, pois como bem lembra Sachs (2002), ao longo do tempo os economistas foram habituados a raciocinar em termos de anos, no máximo décadas, quando a escala de tempo da ecologia se amplia para séculos e milênios. Portanto faz-se necessário que repensemos nossas ações e suas conseqüências, não só locais, mas como estas podem vir a afetar o planeta como um todo.

2.9.5 Dimensão Cultural

A dimensão cultural no Desenvolvimento Sustentável não pode igualmente deixar de ser objeto de estudo, já que a exemplo das mutações e adaptações constantes que o homem vive em função da tecnologia, a cultura acaba sendo alvo

deste fenômeno.

De acordo com Guaragni *et al* (2006, p.95), cultura vem do verbo colere que significa cultivar, criar, tomar conta e cuidar. No entanto, a partir do século XVIII o termo cultura passa a significar os resultados da educação dos seres humanos.

Castells (1999) lembra que a comunicação virtual, no caso via internet, transforma radicalmente espaço e tempo, dimensões estas fundamentais da vida humana. Sendo assim, localidades ficam despojadas de seu sentido cultural, histórico e geográfico, reintegrando-se em redes funcionais, já que passado, presente e futuro podem interagir entre si, podendo levar a realidade a um estado de faz-de-conta, já que um espaço ou um lugar pode ser substituído por uma simples colagem de imagens.

Na prática, podemos a partir de *cliks* via mouse ou teclado, modificar, alterar, complementar locais e paisagens, símbolos e objetos, ou ainda adotar determinados padrões que são aceitos pela maioria, acabam por mudar a realidade, criando assim um novo modo de vida, ou ainda uma nova forma de se observar e entender determinada realidade. Hábitos sociais como religião, moralidade, valores, ideologias podem não necessariamente desaparecer, mas serem enfraquecidos ou recodificados, através de pregadores eletrônicos e de grandes comunidades virtuais que apoiados por eficientes meios de acesso e distribuição de informação, acabam por impor por assim dizer uma nova doutrinação em nossa sociedade de forma mais eficiente que a de um contato direto feito por uma autoridade carismática.

Para Daly (2004, p. 198), desenvolvimento sustentável é uma adaptação cultural feita pela sociedade, quando ela se torna consciente da necessidade do crescimento nulo, destacando que está na insustentabilidade sua origem da base de discussões. Segundo tal autor, o desenvolvimento sustentável só fará sentido se não houver crescimento econômico, mas somente uma melhoria qualitativa.

Esta afirmativa parte do pressuposto que o não crescimento econômico denota uma melhora na qualidade de vida das pessoas, num resgatar de valores que vão além desenvolvimento econômico, como redução de emissão de gases na atmosfera, geração de empregos, melhoria nas condições de saúde e segurança, redução de mortalidade, entre outros.

As cinco dimensões abordadas nos remetem à necessidade de entendermos que as empresas para se desenvolverem, influenciam e são influenciadas constantemente pelo ambiente, ou local, em que estão inseridas.

Como as empresas são compostas por pessoas, e interagem com pessoas o tempo todo, a de se considerar a importância de se discutir em maior profundidade o papel social das organizações, assunto descrito a seguir.

2.10 Responsabilidade Social e Ambiental

Definir o termo Responsabilidade Social não é tarefa das mais fáceis, afinal de contas muito se fala sobre ela nos dias de hoje, principalmente por parte de organizações privadas, porém o tema não é novo.

De acordo com Neto (2004), a Responsabilidade Social se popularizou a partir dos anos 60 nos Estados Unidos e na Europa nos anos 70. A atuação social das empresas surgiu como resposta à reivindicações da sociedade que exigiam do mercado razões de existir que fossem além dos objetivos econômicos, ou seja, do lucro.

Ciro Torres (apud FREIRE 2001) lembra ainda que no Brasil a Responsabilidade Social começou a ser tratada somente no final dos anos 80, onde uma pequena parcela de empresas passaram então a intensificar e a institucionalizar o discurso em relação às questões sociais e ambientais.

Enquanto conceito, a Responsabilidade Social passa pela idéia do “fazer o bem”, logo seria coerente imaginar que esta não seria única e exclusivamente função das organizações, mas também dos cidadãos enquanto indivíduos, o Governo, as organizações do Terceiro Setor (ONG's, associações, etc), entre outros.

Porém, o foco deste trabalho refere-se a identificar ações e responsabilidade social corporativas, ou seja, das empresas privadas.

Para Ferrel (apud NETO, 2000), a Responsabilidade Social é a obrigação que a empresa assume com a sociedade. Para tanto, esta só pode ser atingida se atendidas as dimensões econômica, legal, filantrópica e a ética. A dimensão econômica é aquela em que a empresa irá produzir produtos e serviços que atendam as necessidades de seus clientes e ao mesmo tempo que garantam retorno financeiro esperado por seus investidores. A dimensão legal se refere ao cumprimento da lei por parte da empresa. A filantrópica que diz respeito à postura da organização frente aos problemas sócias a ela expostos, e finalmente a dimensão ética que deve representar um conjunto de princípios morais e de valores que devem

guiar o comportamento da organização.

Ashley (2002) define Responsabilidade Social como sendo o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e na prestação de contas para com ela.

Existe ainda uma outra discussão a respeito do Social, onde alguns autores pontuam uma diferença no que se refere a “ação” social da “responsabilidade” social.

De acordo com Santos (2004), muitas empresas que acreditam estar sendo socialmente responsáveis praticam, na realidade, caridade e paternalismo, seja por iniciativa de suas unidades corporativas, de seus funcionários ou de seus dirigentes, portanto a filantropia difere de responsabilidade social basicamente por ser uma ação social, praticada seja isolada ou sistematicamente, ao passo que os compromissos de responsabilidade social compreendem ações pró-ativas, integradas e inseridas tanto no planejamento estratégico quanto na cultura da organização, envolvendo todos os colaboradores.

A título de exemplo de ação social, pode-se citar doações em dinheiro para instituições de caridade, ou ainda, participação em campanhas específicas de doação de agasalhos em épocas de frio. Seriam ações reativas e pontuais, ou seja, feitas à partir de algum apelo público que possa sensibilizar o empresário a participar de alguma forma para minimizar determinado problema vivido pela comunidade ou instituição necessitada.

A verdade é que seja, filantropia ou responsabilidade social, muitas empresas do setor privado tem buscado nos últimos anos ações sociais que venham de encontro a solucionar problemas sociais e ambientais que o próprio Estado hoje não da conta.

De acordo com Neto (2004) existem três tipos de ações sociais: a filantropia pura ou tradicional, onde a figura dominante é o doador, que através de critérios próprios escolha a entidade a ser filantrópica que irá receber recursos para suas obras sócias.

Neto (2004) cita ainda a nova filantropia, que igualmente se baseia em doações, porém as empresas doadoras monitoram o uso e aplicação dos recursos ofertados e seu retorno previsto, como se fosse um tipo de investimento. Finalmente

o chamado investimento social privado (ISP), que resulta numa ação de investimento em projetos sociais, com gerenciamento contínuo. O quadro abaixo apresenta tais diferenças entre os três tipos de ações sociais:

Tipos de ações / critérios	Filantropia Tradicional	Nova Filantropia	Investimento Social Privado
Modalidade	Doação	Doação	Investimento
Alvos	Entidades filantrópicas	Causas sociais de entidades filantrópicas	Problemas sociais e segmentos populacionais em situação de risco social
Forma de atuação	Individual	Individual	Parcerias estratégicas
Gerenciamento	Inexistente	Ênfase no monitoramento	Ênfase no planejamento, monitoramento e avaliação
Retorno	Nenhuma preocupação com o retorno	Ênfase no retorno social	Ênfase nos múltiplos benefícios sociais
Natureza das ações	Ações esporádicas	Ações contínuas	Ações permanentes baseadas num compromisso social
Estratégias	Indireta	Indireta	Direta

Quadro 2: Diferenças entre os tipos de ações sociais
Fonte: Neto (2004, p. 51)

A outra discussão fica por conta da responsabilidade ambiental. Neste contexto, a organização precisa não só pensar na sociedade, mas no ambiente em que atua e influencia. Em outras palavras, não adianta a organização adicionar em seu discurso a ética de empresa socialmente responsável, se no resultado final acaba por contribuir, por exemplo, com a produção de resíduos ou lixos que acabem por danificar ou prejudicar o meio ambiente.

Outro motivo importante para que a organização não descuide da questão ambiental é a de que pessoas, entenda-se principalmente consumidores, estão cada vez mais atentos a questões de sustentabilidade do planeta, ou seja, a população já vem adotando uma postura fiscalizadora sobre o forma com que as empresas estão tratando de seus dejetos, que poderíamos aqui neste caso, chamar de lixo tecnológico.

A verdade é que as empresas estão intensificando e melhorando cada vez mais seus processos produtivos a partir do uso da tecnologia, que na prática acaba por refletir produtos de melhor qualidade, porém fica em jogo a manipulação desta tecnologia em todo o seu processo produtivo, ou seja, desde sua concepção até o tratamento final dos dejetos oriundos da produção e até mesmo do destino final daquilo que poderia ser chamado de sucata tecnológica.

O que se propõe discutir aqui é que as organizações não se preocupem somente em atender as exigências do mercado para com seus clientes, fornecedores, acionistas e governa, mas que elas tenham igualmente a preocupação de se responsabilizar por todo o ciclo de vida de seus produtos e serviços e tudo o que eles contém, de forma que a natureza não seja vítima de todo o progresso alcançado pela pós-modernidade. A responsabilidade ambiental passa também pelo uso adequado dos recursos naturais, de forma que sua exploração possa ser controlada, e ao mesmo tempo, que se possa investir em pesquisas que possam resultar na obtenção de novos recursos preferencialmente renováveis e que agridam menos a natureza e todos os seus seres vivos.

Neste contexto é que surge o conceito de Responsabilidade Corporativa, representada na figura abaixo.

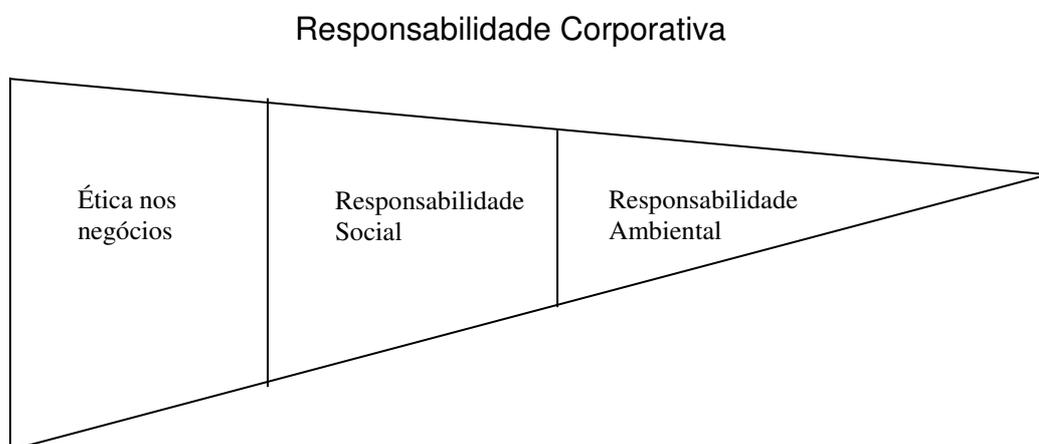


Figura 3 – Responsabilidade Corporativa
Fonte: Neto (2004, p.31)

Segundo Neto (2004), a responsabilidade corporativa vai além da prática de ações sociais, pois envolve a adoção de um modelo de gestão ética, portanto seu foco principal é o modelo de gestão empresarial, onde seus beneficiários são os clientes, fornecedores, acionistas, parceiros, governo, mídia, funcionários, membros da comunidade e sociedade em geral. No que se refere ao meio ambiente, envolve todas as práticas de proteção, preservação ambiental e prevenção de danos causados ao meio ambiente, além de ações de educação ambiental e certificação.

Ainda de acordo com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2007) a responsabilidade social empresarial, ou corporativa, é uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras.

É bem verdade também que o modelo de ação social a ser adotado pela organização está diretamente relacionado ao seu porte, já que há necessidade de se alocar recursos para tal ação. Desta forma, uma microempresa terá dificuldades de implantar uma responsabilidade corporativa, já que a necessidade de investimentos em projetos, treinamento e controle de sua gestão possivelmente irão comprometer tal ação, diferentemente de empresas de grande porte, que podem dada sua estrutura, prover ao longo de um período dinheiro, pessoas e tempo necessários para a montagem de um projeto social mais abrangente.

Por outro lado, é importante identificar se de alguma forma as micro e pequenas empresas estão observando uma movimentação positiva no sentido de se discutir os problemas sociais e a extensão e reflexo da produção de seus bens e serviços no mercado e sua influência no meio-ambiente, de forma que se todos agirem, seja por filantropia, seja por projetos de responsabilidade social/corporativa, será possível contribuir para que o desenvolvimento sustentável aconteça de fato, com o fortalecimento do empreendedorismo local, a inserção social, o respeito às culturas e ao meio-ambiente.

A seguir será feita uma abordagem classificatória de micro e pequenas empresas.

2.11 O QUE É MICRO E PEQUENA EMPRESA

Quando o assunto é micro e pequenas empresas, torna-se necessário que inicialmente possa ser feita uma análise de enquadramento desta ou daquela organização. Para tanto, conceituar o que é micro e pequena empresa, sua relevância e forma de classificação passam a ser os principais objetivos deste capítulo.

Do ponto de vista legal, micro e pequenas empresas estão definidas pela Lei Federal nº 9.841/99 – Estatuto da Micro e Pequena Empresa, de 5 de outubro de 1.999, modificada pelo Decreto nº 5.028/04 de 31 de março de 2004, onde o critério de enquadramento fica por conta do faturamento, sendo microempresa aquela que fatura até R\$433.755,14 ano, e a pequena empresa até R\$2.133.122,00 ano.

Recentemente, a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas através de sua Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2.006, unificou os benefícios fiscais, onde microempresas são aquelas com faturamento bruto anual de até R\$240.000,00, e as pequenas aquelas com faturamento anual bruto de até R\$2.400.000,00.

Tabela 1 - CLASSIFICAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL Por faturamento		
Origem	Micro	Pequenas
Lei Federal nº 9.841/99 e Decreto nº 5.028/04	R\$ 433.755,14	R\$ 2.133.222,00
Lei Complementar nº 123	R\$ 240.000,00	R\$ 2.400.000,00

Fonte: Receita Federal – adaptado pelo autor

Já o SEBRAE (2008) classifica microempresas como sendo aquelas que empregam de uma a 19 pessoas, e pequenas empresas aquelas que empregam de 20 a 99 pessoas. O SEBRAE ainda faz uma nova classificação por empregos gerados quando segmenta serviços e indústria. Para microempresas classificadas como de serviços, esta emprega de uma a 9 pessoas, e para indústria aquela que emprega de uma a 19 pessoas. As pequenas empresas de serviço são aquelas que empregam de 20 a 49 funcionários, e enquanto da indústria aquelas que empregam de 20 a 99 pessoas.

Tabela 2 - CLASSIFICAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL Por número de empregados			
Origem		Micro	Pequenas
SEBRAE	Geral	De 1 a 19	De 20 a 99
	Serviço	De 1 a 9	De 20 a 49
	Indústria	De 1 a 19	De 20 a 99

Fonte: SEBRAE (2007) – adaptado pelo autor

Apesar de por vezes o termo micro ou pequena empresa dar uma conotação de organização de pequeno porte, de acordo com Castor (2006), muitas empresas se mantêm nesta condição por opção, oferecendo a seus clientes um serviço altamente personalizado e reagindo rapidamente às tendências da tecnologia e do mercado, atuando em nichos específicos.

Para Casarotto e Pires (1999), uma pequena empresa geralmente está apoiada em um único negócio, e que neste caso compete por diferenciação de produto, e não por liderança de custo, competição caracterizada pela grandes empresas. Esta seria uma estratégia competitiva, representada na figura abaixo:

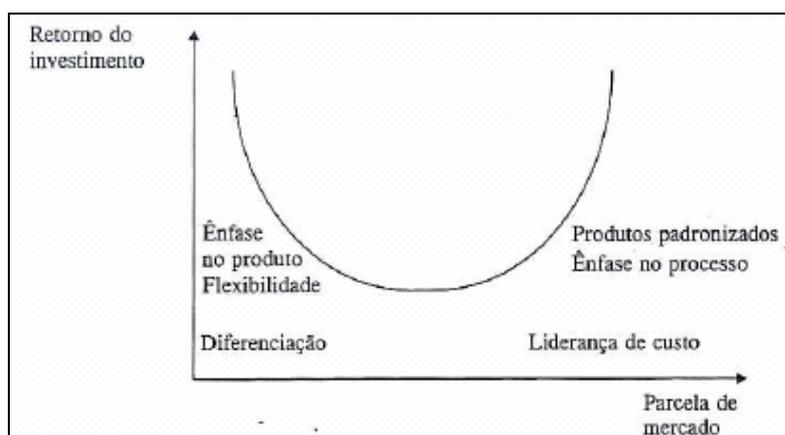


Figura 4 - Curva "U" e estratégias competitivas genéricas
Fonte: Cassarotto e Pires (1999 pg.27 adaptado modelo Porter)

De acordo com Mintzberg et al (2006), estratégias de nicho concentram-se em um único segmento. Como exemplo, cita que o urso panda encontrou seu nicho biológico no consumo de brotos de bambu, o mesmo ocorreu com a empresa de canoas, que descobriu seu nicho de mercado na fabricação de modelos de corrida,

ou como muitas empresas que são diferenciadas apenas pelo fato de fornecerem seus produtos e/ou serviços altamente padronizadas em um único local, um nicho geográfico – a mercearia da esquina, o produtor regional de cimento, etc. Todos tendem a seguir receitas do “segmento”, fornecendo para sua comunidade particular. Complementam ainda que, de certa forma, todas as estratégias são de nicho, caracterizadas tanto pelo que excluem como pelo que incluem. Nenhuma organização pode ser tudo para todas as pessoas. A estratégia que engloba tudo não é de fato uma estratégia. A seguir uma figura que visa ilustrar a estratégia de nicho:

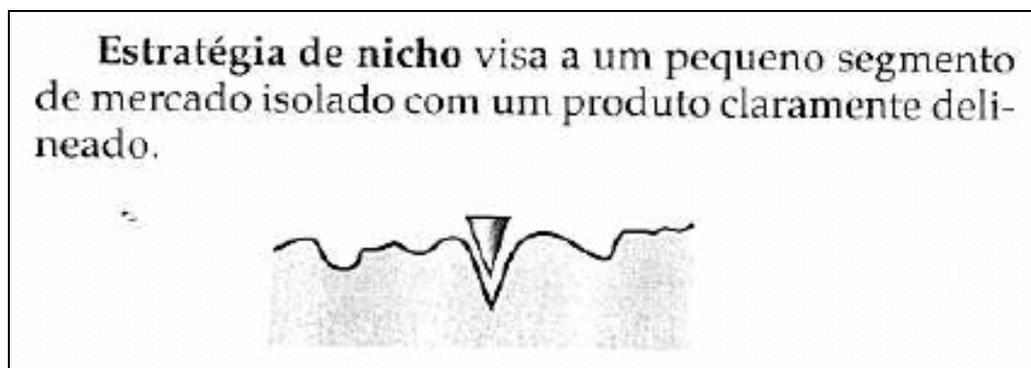


Figura 5 - Estratégia de nicho
Fonte: Mintzberg et al (2006, pg.146)

Para Caron (2003), as empresas, de qualquer tamanho, especialmente as de pequeno e médio porte de capital nacional, tem nichos próprios de mercado. Participam e competem nos mercados locais, regionais, nacionais e internacionais com produtos e serviços gerados em conformidade com os padrões mundiais de produção, isto é, com qualidade, tecnologia, racionalidade de custos e preços, diversificações que atendam e satisfaçam as novas exigências dos consumidores independentemente do local do consumo.

Pode-se afirmar então que, independente de restrições, principalmente orçamentárias, micro e pequenas empresas podem sobreviver e crescer quando focam nichos, ou seja, oportunidades de explorar o novo, ou aquilo que poucos fazem ou que não fazem em sua região de atuação.

2.12 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE INFORMÁTICA EM CURITIBA/PR

O município de Curitiba é composto por nove regionais, a saber: Bairro Novo, Boa Vista, Boqueirão, Cajuru, CIC, Matriz, Pinheirinho, Portão e Santa Felicidade.

A figura abaixo ilustra a divisão daquele município em suas regionais e bairros que as compõe:



Figura 6 - Mapa das Regionais do Município de Curitiba - Paraná
Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba (2007)

A viabilidade da pesquisa de campo deste trabalho estava atrelada ao acesso de base de informação de empresas prestadoras de serviço em informática do município de Curitiba/PR. Foi obtida junto à secretaria de finanças daquele município a relação de empresas prestadoras de serviço em informática, resultando na tabela abaixo:

Tabela 3 - Empresas prestadoras de serviços de informática em Curitiba/PR - Geral	
Atividade: Serviços em Informática	Qtde.
Consultoria em tecnologia da informação	929
Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	342
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	513
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis	5
Provedores de acesso às redes de comunicações	96
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	1
Reprodução de software em qualquer suporte	3
Salas de acesso à internet	3
Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	70
Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e de hospedagem na internet	1139
Treinamento em informática	3
Total	3104

Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba – Secretaria de Finanças (2007)

A partir destes dados, pode-se observar que existem três mil, cento e quatro empresas no segmento informática, divididas em onze diferentes tipos de prestação de serviços.

Visando atender aos objetivos deste trabalho, a opção de corte para estudo de campo foi feita em três segmentos, conforme tabela abaixo:

Tabela 4 - Empresas prestadoras de serviços de informática em Curitiba/PR - Segmentada	
Atividade: Serviços em Informática	Qtde.
Consultoria em tecnologia da informação	929
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	1
Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	70
Total	1000

Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba – Secretaria de Finanças (2007)

Desta forma, o universo de estudo passa a ser de 1.000 empresas, divididas em bairros e regionais na tabela a seguir.

Tabela 5 - Empresas de Informática ==> Por regional			
Bairro	Qtde.	Regional	Qtde.
GANCHINHO	0	Bairro Novo	
SÍTIO CERCADO	8	Bairro Novo	
UMBARÁ	1	Bairro Novo	9
ABRANCHES	4	Boa Vista	
ATUBA	4	Boa Vista	
BACACHERI	25	Boa Vista	
BAIRRO ALTO	15	Boa Vista	
BARREIRINHA	10	Boa Vista	
BOA VISTA	22	Boa Vista	
CACHOEIRA	0	Boa Vista	
PILARZINHO	14	Boa Vista	
SANTA CÂNDIDA	9	Boa Vista	
SÃO LOURENÇO	8	Boa Vista	
TABOÃO	0	Boa Vista	
TARUMÃ	5	Boa Vista	
TINGUI	5	Boa Vista	121
ALTO BOQUEIRÃO	9	Boqueirão	
BOQUEIRÃO	28	Boqueirão	
HAUER	15	Boqueirão	
XAXIM	21	Boqueirão	73
CAJURU	28	Cajuru	
CAPÃO DA IMBUIA	12	Cajuru	
GUABIROTUBA	11	Cajuru	
JARDIM DAS AMÉRICAS	19	Cajuru	
UBERABA	22	Cajuru	92
AUGUSTA	0	Cic	
CIDADE INDUSTRIAL	24	Cic	24
AHÚ	17	Matriz	
ALTO DA GLÓRIA	8	Matriz	
ALTO DA RUA XV	11	Matriz	
BATEL	35	Matriz	
BIGORRILHO	44	Matriz	
BOM RETIRO	6	Matriz	
CABRAL	10	Matriz	
CENTRO	103	Matriz	
CRISTO REI	19	Matriz	
CTO.CÍVICO	16	Matriz	
HUGO LANGE	9	Matriz	
JARDIM BOTÂNICO	10	Matriz	
JARDIM SOCIAL	6	Matriz	
JUVEVÉ	10	Matriz	
MERCÊS	21	Matriz	
PRADO VELHO	2	Matriz	
REBOUÇAS	29	Matriz	
SÃO FRANCISCO	16	Matriz	372
CAPÃO RASO	7	Pinheirinho	
PINHEIRINHO	6	Pinheirinho	
TATUQUARA	7	Pinheirinho	20
ÁGUA VERDE	73	Portão	
FANNY	5	Portão	
FAZENDINHA	7	Portão	
GUAÍRA	12	Portão	
LINDÓIA	5	Portão	
NOVO MUNDO	22	Portão	
PAROLIN	17	Portão	
PORTÃO	39	Portão	
SANTA QUITÉRIA	9	Portão	
VILA IZABEL	14	Portão	203
BUTIATUVINHA	4	Sta.Felicidade	
CAMPINA DO SIQUEIRA	4	Sta.Felicidade	
CAMPO COMPRIDO	7	Sta.Felicidade	
CASCATINHA	1	Sta.Felicidade	
MOSSUNGUÊ	12	Sta.Felicidade	
ORLEANS	5	Sta.Felicidade	
SANTA FELICIDADE	12	Sta.Felicidade	
SANTO INÁCIO	4	Sta.Felicidade	
SÃO BRAZ	14	Sta.Felicidade	
SÃO JOÃO	5	Sta.Felicidade	
SEMINÁRIO	11	Sta.Felicidade	
VISTA ALEGRE	7	Sta.Felicidade	86
Total	1000	Total	1000

Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba – Secretaria de Finanças (2007)

A escolha da Regional Portão se deu pela facilidade de acesso por parte do pesquisador, pela quantidade de empresas instaladas naquela regional (20,3%) e pela sua expressividade populacional em relação ao município (14,61%).

Ainda em relação à questão populacional, de acordo com o IPPUC (2002), a cidade de Curitiba tem 1.587.315 habitantes, sendo que a Regional Portão possui uma população de 231.919 habitantes.

O Censo Demográfico feito pelo IBGE (2000) informa ainda que o Estado do Paraná possui 399 municípios, e destes, apenas 7 tem população superior a 200.000 habitantes, conforme a tabela abaixo.

Posição	Município	População
1	Curitiba	1.587.315
2	Londrina	447.065
3	Maringá	288.653
4	Ponta Grossa	273.616
5	Foz do Iguaçu	258.543
6	Cascavel	245.369
7	São José dos Pinhais	204.316

Fonte: IBGE – Censo Demográfico (2000) – adaptado pelo autor

Pode-se observar que a Regional Portão, que se constitui de 10 bairros, possui população superior à da maioria dos municípios do Estado do Paraná, portanto resultando numa expressiva representatividade, já que em termos quantitativos, a Regional Portão equivaleria ao sétimo município mais populoso do estado.

A seguir o capítulo que trata dos procedimentos metodológicos para o cálculo e aplicação da pesquisa.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo visa descrever os procedimentos científicos utilizados para caracteriza o tipo de pesquisa, método, população e cálculo de amostragem, as perguntas de pesquisa e o plano de coleta de dados.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

3.1.1. Tipo de Estudo

O tipo de estudo será exploratório-descritivo, pois de acordo com Marconi e Lakatos (2005) os estudos exploratórios tem por objetivo descrever completamente determinado fenômeno, como por exemplo, o estudo de um caso para o qual são realizadas análises empíricas e teóricas. Gil (2002) lembra ainda que estudos descritivos são semelhantes a pesquisas exploratórias, pois podem estudar características de um grupo como por exemplo idade, sexo, escolaridade, etc, possibilitando ainda levantar opiniões, atitudes e crenças da população estudada.

3.1.2. Natureza

Quanto a sua natureza esta pesquisa será quantitativa, tendo por objetivo a celta sistemática de dados sobre populações, programas ou amostras de populações e programas. Utilizam várias técnicas como entrevistas, questionários, formulários, etc. e empregam procedimentos de amostragem. (MARCONI E LAKATOS, 2005, p. 189)

Richardson (1999) lembra que a pesquisa quantitativa, como o próprio nome diz, caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, até as mais complexas como coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outras. O autor frisa ainda que o método quantitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão de resultados, evitando distorções de análise e interpretação, resultando numa considerável margem de segurança no que se refere às inferências.

3.1.3. Método de Abordagem

O tipo de abordagem utilizada será pesquisa de campo, que de acordo com Marconi e Lakatos (2005) é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

3.1.4. Cálculo da amostra

Métodos científicos e recursos estatísticos de amostragem serão aplicados, de forma que sua representação possa revelar dados cientificamente sustentados, e que estes possam se tornar viáveis do ponto de vista operacional e ao mesmo tempo representativos para o estudo.

A partir do universo definido, ou seja, a Regional Portão, a população é de 203 empresas, distribuídas em 10 bairros.

Para este trabalho foi considerado o cálculo de amostra aleatório simples utilizando-se a fórmula para universos finitos.

$$n = \frac{\sigma \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

Fonte: Richardson (1999, pg.170)

Onde:

n = tamanho da amostra

σ = nível de confiança (95% = 2σ)

P = proporção da característica pesquisada no universo (em percentagem)

$q = 100 - P$ (em percentagem)

N = tamanho da população (203)

E^2 = erro de estimação permitido (5%)

Logo:

$$n = \frac{2^2 \cdot 50 \cdot 50 \cdot 203}{5^2(203-1) + 2^2 \cdot 50 \cdot 50} = 134 \text{ questionários}$$

3.1.5. Coleta de Dados

Para Marconi e Lakatos (2005), são vários os procedimentos para a realização da coleta de dados, pois variam de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação.

Chizzotti (2000) lembra ainda que a coleta de dados é a etapa da pesquisa que exige um grande volume de tempo e trabalho para reunir as informações consideradas indispensáveis para a comprovação de uma hipótese.

Este trabalho utilizou como técnica de pesquisa a aplicação de questionários, nas empresas, feitos com seus representantes ou proprietários, e compostos por questões de múltipla escolha, escala likert, abertas, entre outras.

3.2. PERGUNTAS DA PESQUISA

Os objetivos geral e específicos serão atendidos a partir das seguintes questões gerais de pesquisa:

- Micro e pequenas empresas são fomentadoras de empregos locais?
- Seus clientes são, na maioria, moradores na mesma região em que estas empresas estão instaladas?
- Há interação destas organizações com a região onde estão instaladas?
- Existe preocupação ambiental por parte destas empresas no que se refere ao manuseio de equipamentos e produtos químicos utilizados na manutenção, bem como de seu destino final?
- É possível atestar a influência destas micro e pequenas empresas no desenvolvimento local onde estão instaladas?

O objetivo é que estas questões sejam respondidas a partir de perguntas elaboradas em forma de questionários, e que estas possam responder os objetivos do trabalho.

3.3. EIXOS NORTEADORES

Durante a elaboração do questionário, tomou-se o cuidado de se estruturar as questões de forma que elas pudessem nortear respostas de acordo com as 5 dimensões do desenvolvimento sustentável, além de informações que caracterizassem cada empresa entrevista, dando origem ao seguinte quadro:

Quadro 3 - Eixos norteadores do questionário

Foco	Questões
Caracterização do negócio	1 a 4
Econômico	5, 7 e 9
Espacial	6 e 8
Social	12 e 13
Ambiental	14
Cultural	10 e 11

Fonte: Autor

3.4. PLANO DE COLETA DE DADOS

Durante o desenvolvimento deste estudo de pesquisa foram selecionadas micro e pequenas empresas do segmento de comércio de informática de Curitiba/Pr, instaladas na Regional Portão.

A coleta das informações foi obtida a partir da disponibilidade do questionário por parte do pesquisador junto ao pesquisado (proprietários, gerentes, responsáveis), de forma que este pudesse respondê-lo imediatamente. Do contrário, seja por indisponibilidade ou por ausência do responsável, o pesquisador poderia deixar o questionário na empresa para posterior coleta.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo apresenta os dados coletados em campo, a partir dos questionários, para forma gráfica, ou seja, transpondo informações em números ou ainda compactando respostas quando de questões abertas, visando facilitar a leitura dos mesmos. Para tanto, cada questão foi tratada em forma de tabela seguida de gráfico, quando possível ou aplicável.

Na questão 1 foi perguntado sobre o tempo de atividade da empresa. Esta informação torna-se relevante para que se possa ter uma idéia do tempo de vida destas empresas entrevistadas.

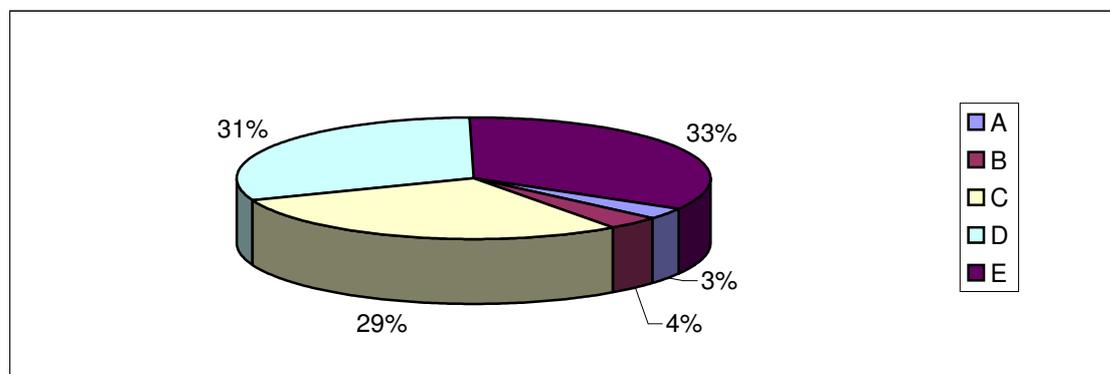
1. TEMPO DE ATIVIDADE

TABELA 7: Tempo de atividade

Classe	F	%
Menos de 1 ano	4	3
De 1 a 3 anos	5	4
De 3 a 5 anos	39	29
De 5 a 10 anos	41	31
Mais de 10 anos	45	33
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 1 – Tempo de Atividade



Observa-se que a maioria das empresas (93%) tem no mínimo mais de 3 anos, e muitas com mais de 10 anos de atividade, e apenas 7% até 3 anos de vida.

Na questão 2 foi perguntado ao entrevistado qual o tempo de experiência naquele segmento.

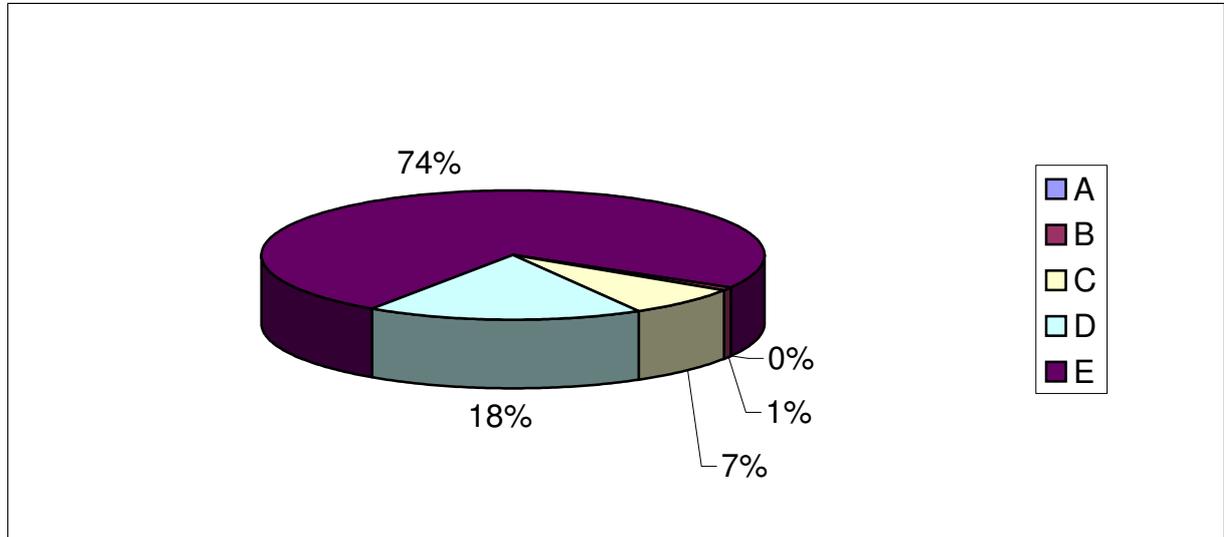
2. TEMPO DE EXPERIÊNCIA

TABELA 8: Tempo de experiência

Classe	F	%
Menos de 1 ano	0	0
De 1 a 3 anos	1	1
De 3 a 5 anos	10	7
De 5 a 10 anos	24	18
Mais de 10 anos	99	74
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 2 – Tempo de Experiência



A exemplo da questão 1, observa-se que a maioria dos entrevistados possui elevada experiência no segmento, já que 74% destes afirmam estar atuando no ramo a mais de 10 anos. Se considerarmos ainda aqueles que atuam a mais de 5 anos, inclusive, chega-se a 92% dos entrevistados, logo pouquíssimos podem ser considerados iniciantes, ou seja, 1%.

A questão 3 teve como principal objetivo entender a origem da empresa entrevistadas, conforme tabela e gráfico abaixo.

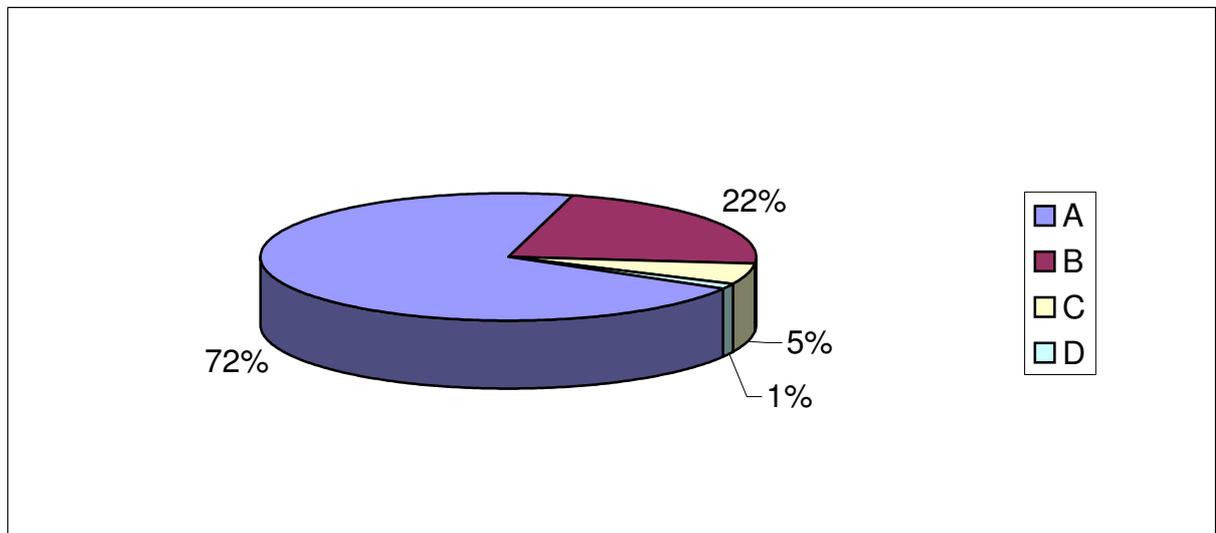
3. ORIGEM DA EMPRESA

TABELA 9: Origem da empresa

Classe	F	%
Trabalhava no ramo e montou a própria empresa	95	72
Constatou uma nova oportunidade	30	22
Necessidade	7	5
Outros	2	1
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 3 – Origem da Empresa



O gráfico mostra que a maioria dos entrevistados (72%) abriu seus negócios por já atuarem naquele mercado, mostrando assim coerência com as respostas obtidas na questão 2. Há ainda um segundo grupo expressivo (22%) que justificou abertura de negócio por observar uma oportunidade, e apenas 7% abriram seu negócio por necessidade, seguido de 2% por outros motivos.

Na questão 4 procurou-se identificar os principais ramos de atividade em que os empresários daquele segmento atuavam, dando origem às seguintes informações.

4. RAMOS DE ATUAÇÃO

Tabela 10 – Ramo de atuação

Classe	F
Manutenção de equipamentos (hardware)	89
Suporte técnico (software) e consultoria	61
Carga de suprimentos (cartuchos e toners)	32
Outros, subdivididos em:	
Desenvolvimento	14
Vendas	80
Internet	6
Locação	9
Cabeamento	3
Digitalização	1
Recuperação de dados	1

Fonte: Pesquisa de Campo

Observa-se que, das 134 empresas entrevistadas, o ramo manutenção de equipamentos está presente em 89 delas, ou seja, 66% da amostra. Já o ramo de suporte técnico e consultoria é também um ramo explorado por 61 empresas, representando 45% da amostra, seguido de carga de suprimentos com 24% de representatividade. Na opção outros ramos de atuação, estes somaram 7 diferentes ramos com somatória de 114 respostas, onde vendas está presente em 60% das empresas entrevistadas. Outros ramos de atuação como desenvolvimento, internet, locação, cabeamento, digitalização e serviço de recuperação de dados, sê somados, representam 25% da amostra. Vale observar que esta questão, por ser de múltipla escolha, deu como opção aos entrevistados registrar mais de um ramo de atuação, daí a explicação da quantidade de ramos observada (10 ramos, com 296 respostas) ser maior que o número de empresas entrevistadas (134 empresas).

Além disso, sê somadas as empresas que informaram atuar no ramo de manutenção (89) e aquelas no ramo de suprimentos (32), temos um total de 121 empresas supostamente candidatas a gerar algum tipo de lixo tecnológico, o que dá uma base para as respostas que irão surgir na questão 14 do questionário, que será abordada ao final deste capítulo. Um outro dado interessante é o de que das 89

empresas que responderam atuar no ramo de manutenção, 75 destas afirmaram atuar também no ramo de vendas, logo a maioria destas empresas (de manutenção) atua não só como prestadora de serviço, mas também no comércio de vendas e equipamentos e componentes do segmento de informática.

Perguntou-se na questão 5 o número de empregos gerados pelos empreendedores daquele segmento.

5. NÚMERO DE EMPREGOS GERADOS

Tabela 11 - Nº empregos gerados

Quantidade de empregos	Nº Empresas	Média
828	134	6,18

Fonte: Pesquisa de Campo

A tabela acima mostra que, em média, os micro e pequenos empresários de informática geram 6 empregos por empresa.

A questão 6 teve por função identificar a partir do número de empregos gerados, quantos destes referem-se a funcionários que moram e trabalham no mesmo bairro.

6. NÚMERO DE EMPREGOS LOCAIS

Tabela 12 - Nº empregos gerados no próprio bairro

Quantidade de Empregos	Nº Empresas	Média
258 (gerados)	134	1,93
37 (não souberam informar)	134	0,28
533 (fora do bairro)	134	3,98
Total		6,18

Fonte: Pesquisa de Campo

Pôde-se observar que, de cada 6 empregos gerados por este segmento, menos de 2 correspondem a funcionários que moram e trabalham no mesmo bairro onde estão instaladas as empresas. Mesmo se somados o número de empresas que não souberam informar esta questão (37), a média de empregos locais gerados não passa de 2,2 empregos, ou seja, a relação está de 6 para 2, ou ainda, de cada 3 empregos gerados, apenas 1 corresponde a emprego local.

Já na questão 7 perguntou-se qual a principal procedência ou origem dos clientes daqueles empreendedores.

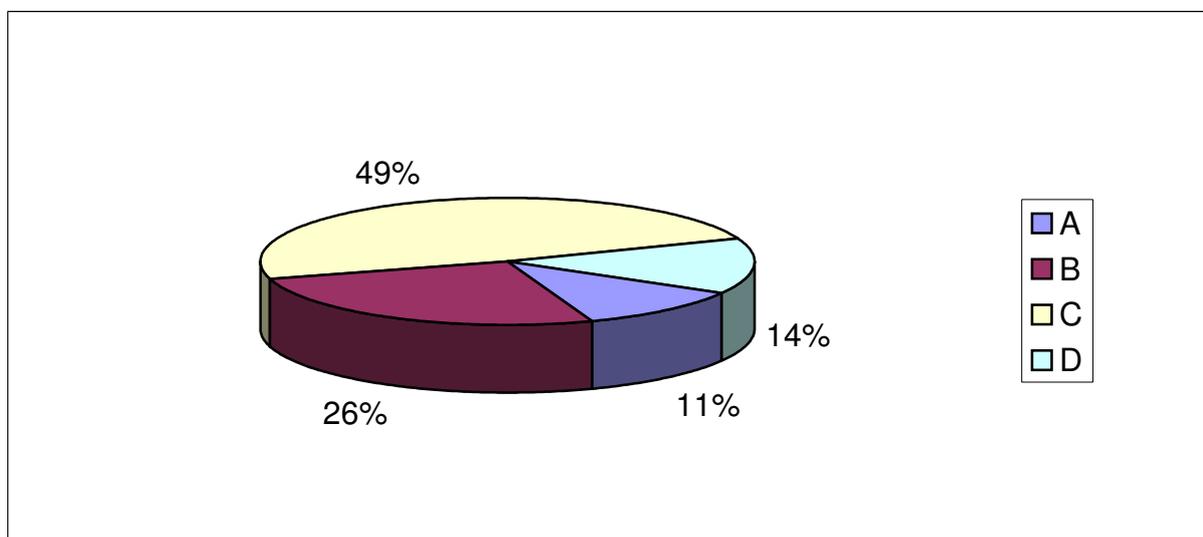
7. PRINCIPAL PROCEDÊNCIA/ORIGEM DE CLIENTES

TABELA 13: Procedência/origem de clientes

Classe	F	%
Do próprio bairro	15	11
De todos os bairros de Curitiba	35	26
De Curitiba e região metropolitana	65	49
De todos os estados	19	14
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 4 – Principal procedência/origem de clientes



O gráfico mostra que a maioria dos entrevistados (49%) tem clientes de toda a Cidade de Curitiba e região metropolitana. Já os entrevistados que dependem de clientes do próprio bairro onde estão instaladas representam apenas 11%. 26% dos entrevistados afirmaram ter sua carteira composta por clientes de todos os bairros de Curitiba, e 14% responderam ter clientes de todos os estados. Vale ressaltar que se somados todos os clientes do próprio bairro, de todos os bairros de Curitiba e região metropolitana, estes representam 86% da amostra.

Na questão 8 perguntou-se qual a principal procedência ou origem dos fornecedores.

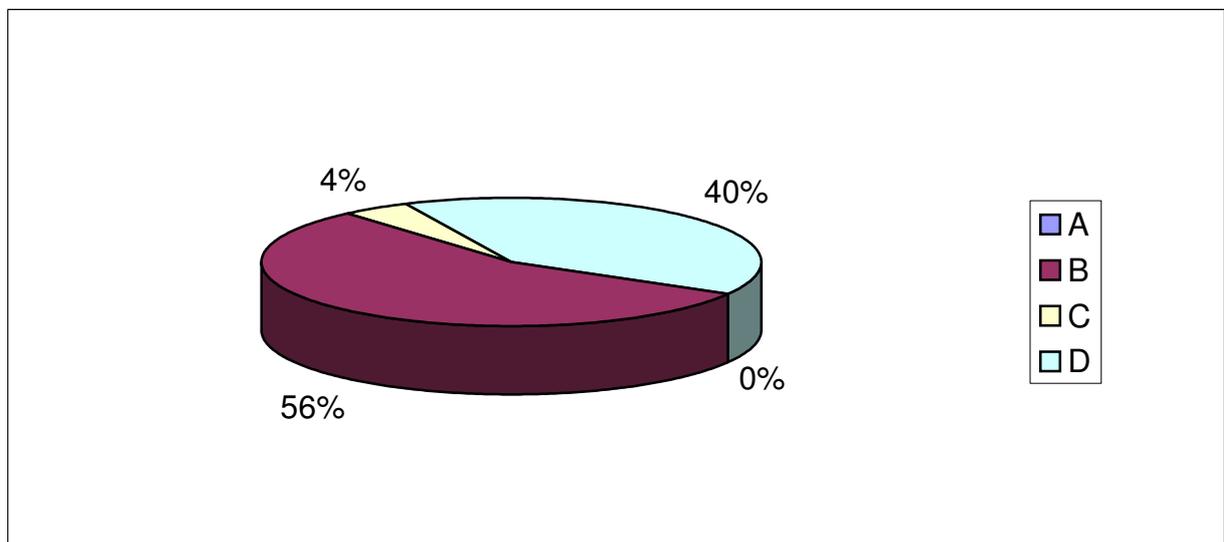
8. PRINCIPAL PROCEDÊNCIA/ORIGEM DE FORNECEDORES

TABELA 14: Procedência/origem de fornecedores

Classe	F	%
Do próprio bairro	0	0
De todos os bairros de Curitiba	74	56
De Curitiba e região metropolitana	6	4
De todos os estados	54	40
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 5 – Principal procedência/origem de fornecedores



Neste gráfico observa-se que 56% dos entrevistados informaram que seus fornecedores são de Curitiba, dos mais diversos bairros, seguido de 40% que responderam que seus fornecedores são de todo o Brasil. Apenas 4% responderam ter como principais fornecedores aqueles instalados em Curitiba e região metropolitana, e nenhum entrevistado informou ter como principal origem fornecedores locais, ou seja, no mesmo bairro onde os entrevistados estão instalados.

A questão 9 teve como objetivo identificar a principal forma de atuação/comercialização de produtos e serviços por parte dos entrevistados.

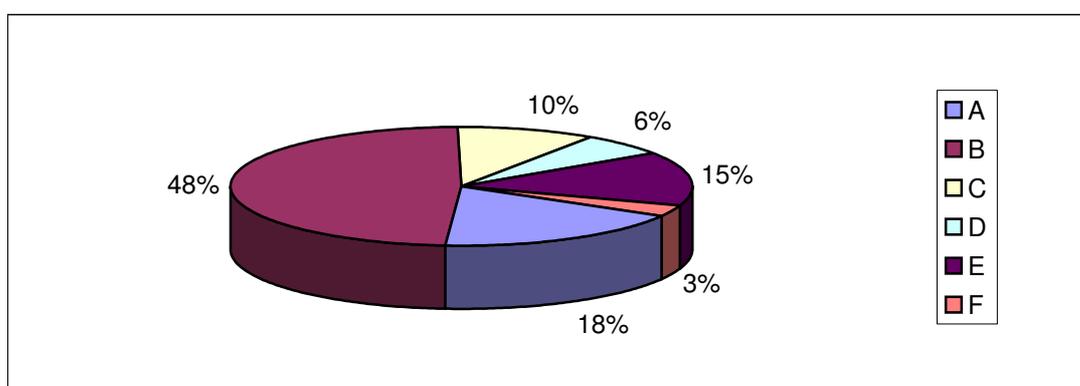
9. PRINCIPAL FORMA DE ATUAÇÃO/COMERCIALIZAÇÃO

TABELA 15: Principal forma de atuação

Classe	F	%
Venda direta	24	18
Carteira de clientes	65	48
Internet, e-mail, home-page	13	10
Vendas externas	8	6
Por telefone	20	15
Outra	4	3
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 6 – Principal forma de atuação



A principal forma de atuação dos entrevistados, de acordo com o gráfico acima, ocorre através da carteira de clientes (48%), seguida da venda direta (18%) e aquela feita por telefone (15%). Atuação feita por meio eletrônico (internet, e-mail e home-page), vendas externas e outra forma fecham a amostra.

Já na questão 10 procurou-se identificar qual o foi o principal motivo que determinou a escolha do bairro para se instalar a empresa.

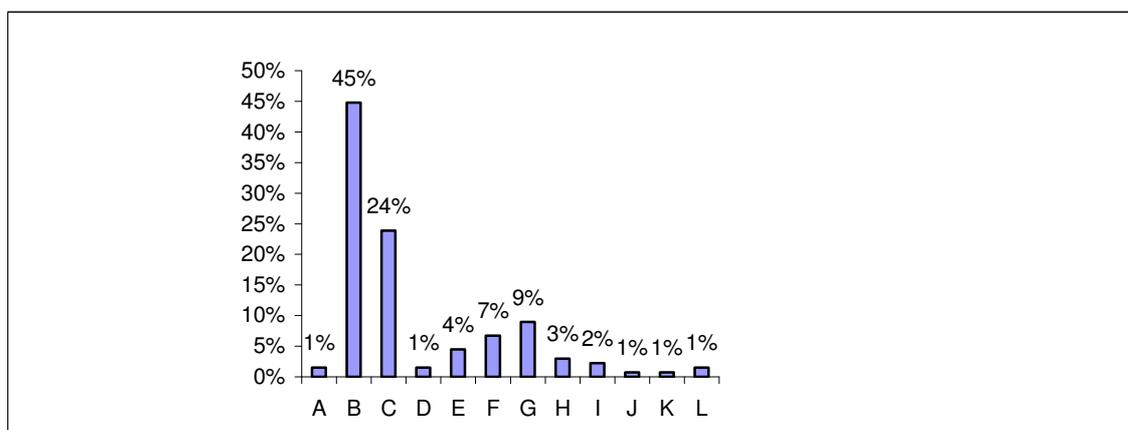
10. PRINCIPAL MOTIVO DA ESCOLHA DO BAIRRO PARA INSTALAÇÃO DA EMPRESA

TABELA 16: Principal motivo para escolha do bairro

Classe	F	%
A – Boa infra-estrutura	2	1
B – Proprietário mora próximo à empresa	60	45
C - Boa localização	32	24
D - Sem motivo especial	2	1
E - Imóvel próprio	6	4
F - Oportunidade para o negócio	9	7
G - Bom custo x benefício	12	9
H - Região de fácil acesso	4	3
I - Pouca concorrência	3	2
J - Bairro tranquilo	1	1
K - Por indicação	1	1
L – Ponto já era comercial	2	1
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 7 – Principal motivo da escolha do bairro



Por se tratar de uma questão aberta, os entrevistados tiveram a liberdade de expressar seu principal motivo de escolha do bairro para instalação de sua empresa, motivo pelo qual surgiram 12 diferentes respostas para esta questão. Destaque para o motivo “proprietário mora próximo a empresa” que correspondente a 45% das respostas obtidas, seguido de boa localização (24%) e de bom custo benefício (9%).

Na questão 11 foi perguntado aos entrevistados se estes possuem algum tipo de parceria, dando origem às seguintes respostas:

11. SE EMPRESA POSSUI PARCERIAS

Tabela 17 – Se a empresa possui parcerias

Classe	F
Fornecedores	53
Concorrentes	66
Clientes	103
Associação de bairros	2
Empresas Privadas em geral	20
Empresas Públicas	1
Outras	0
Não possui	18

Fonte: Pesquisa de Campo

A tabela acima informa que a principal parceria que os entrevistados estabelecem é com seus clientes (103), seguido de parceira com concorrentes (66) e fornecedores (53). 20 entrevistados afirmaram ainda fazer parceria com empresas privadas, 2 com associações de bairro e apenas uma com empresas públicas. Destaca-se ainda o registro de 18 empresas que afirmaram não utilizar parceria para o desenvolvimento de seu negócio. Por se tratar de questão de múltipla escolha, ocorreu que vários entrevistados marcaram mais de uma opção, portanto a soma dos diferentes tipos de parceria (8, totalizando 245 respostas) sobrepõe a amostra que foi de 134 empresas. Em termos estatísticos, só é possível afirmar que 13% da empresas entrevistadas (18 de um universo de 134) não possui nenhum tipo de parceria estabelecido.

Na questão 12 perguntou-se aos entrevistados se estes exerciam algum tipo de ação social em suas empresas.

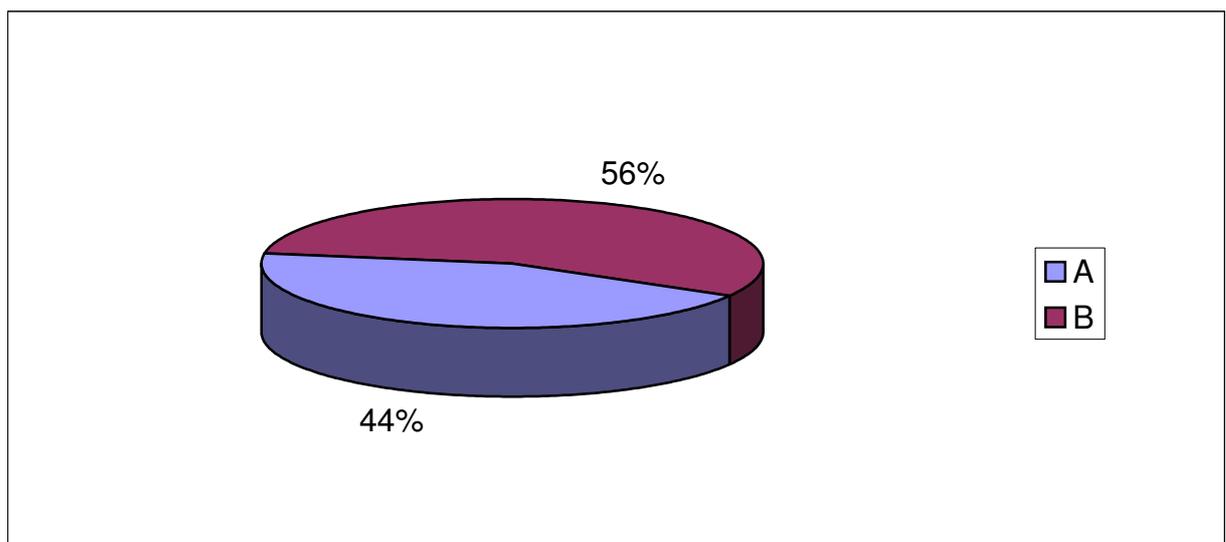
12. POSSUI ALGUM TIPO DE AÇÃO SOCIAL

TABELA 18: Possui algum tipo de ação social

Classe	F	%
Não	59	44
Sim	75	56
N	134	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 8 – Possui algum tipo de ação social



No gráfico pôde-se observar que 56% dos entrevistados afirmaram fazer algum tipo de ação social, e 44% responderam que não possuem esta prática em suas empresas.

Já a questão 13 teve como objetivo identificar, para aqueles que afirmaram exercer ação social, a sua freqüência, conforme tabela e gráficos abaixo:

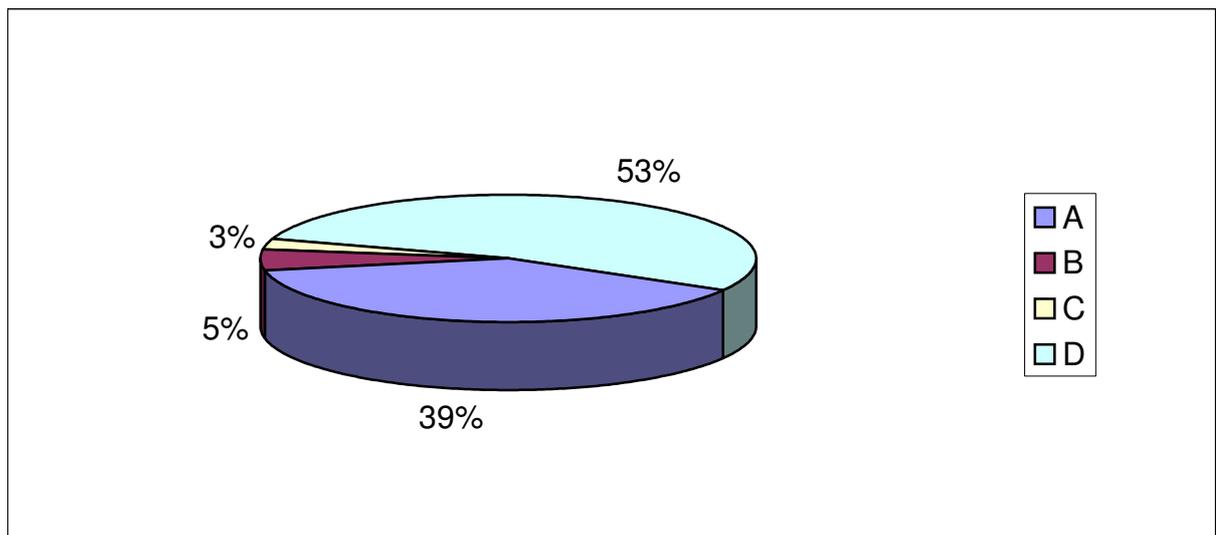
13. AÇÃO SOCIAL = FREQUÊNCIA

TABELA 19: Ação Social = Freqüência

Classe	F	%
Esporadicamente	29	39
1 vez ao ano	4	5
2 vezes ao ano	2	3
3 vezes ou mais ao ano	40	53
N	75	100

Fonte: Pesquisa de Campo

GRÁFICO 9 – Ação Social = Freqüência



Observou-se que 53% dos entrevistados responderam que possuem ações sociais com freqüência mínima de 3 vezes ao ano, seguida de 39% que responderam contribuir com ações sócias de forma esporádica. Já aqueles que responderam possuir ações sócias com freqüência de 1 vez ao ano correspondem a a 5% da amostra, seguido daqueles que responderam efetuar ações sociais de 2 vezes ao ano (3%). Cabe ainda observar que a amostra neste caso foi de 75 entrevistados, ou seja, aqueles que responderam de forma positiva a questão 12 do questionário.

Na questão 14 abordou-se a questão do lixo tecnológico, onde identificar o destino final deste foi o ponto central desta questão.

14. DESTINO PARA LIXO TECNOLÓGICO

Tabela 20 – Destino para o lixo tecnológico

Classe	F
O Cliente dá o próprio destino	20
Doa para instituições	22
Troca com outras empresas	1
Vende como sucata	2
Desmonta para estoque de peças usadas	13
Afirma não gerar lixo tecnológico	8
Vende para empresa de reciclagem	56
Envia para Matriz	1
Entrega para carrinheiros	24
Entrega para coleta seletiva (lixo que não é lixo)	9
Entrega para coleta do lixo comum	1
Destino ainda não determinado	3
Doa para pessoas que tentam reutilizar peças	3
Vende para ferro velho	2

Fonte: Pesquisa de Campo

Por se tratar de uma questão aberta, os entrevistados acabaram por revelar 14 diferentes formas de tratar o lixo tecnológico, sendo que uma delas foi dada como empresa que não gera lixo tecnológico. Já os que afirmaram gerar lixo tecnológico, as quatro maiores frequências de resposta ocorreram na seguinte seqüência: 56 vendem para empresas de reciclagem, 24 entregam para carrinheiros, 22 doam seus equipamentos para instituições e 20 afirmam que transferem para o próprio cliente a responsabilidade pelo destino final dos equipamentos sem condições de uso.

5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Este quinto e último capítulo apresenta as considerações finais do trabalho onde, à luz da fundamentação teórica e a prática, no caso o estudo de caso baseado em aplicação de questionário, descreve-se a seguir as respostas para os objetivos geral e específicos, seguido de recomendações para pesquisas futuras.

Antes porém de buscar respostas aos objetivos do trabalho, faz-se necessário registrar as informações obtidas na primeira parte do questionário, no caso questões de 1 a 3, as quais estavam voltadas para a caracterização do negócio.

Inicialmente, pôde-se observar um elevado grau de maturidade tanto das empresas quanto de seus empresários, já que estes afirmaram ter em sua maioria (93%) mais de 3 anos de experiência, sendo mais da metade destes com pelo menos 5 anos de atuação, revelando que este segmento está montado sob uma estrutura nada amadora ou iniciante. Os empresários ainda afirmaram em sua maioria (92%), que estes possuem pelo menos 5 anos de experiência no ramo, o que não só reafirma a maturidade dos entrevistados, como acaba por revelar que estes acompanham o que poderíamos chamar de fenômeno *schumpeteriano*, ou seja, sua capacidade de se renovar e de se adaptar e de sobreviver no mercado a partir de sua própria experiência, dado este podendo ser constatado nas respostas obtidas junto à questão 3, onde 72% responderam que a origem de suas empresas foi baseada em experiências profissionais anteriores, seguidos de 22% que afirmaram terem constado como uma nova oportunidade a abertura de suas empresas.

Feita esta observação inicial, buscam-se agora respostas para os objetivos específicos deste trabalho, sendo que o primeiro foi Identificar o número de empregados das empresas daquele segmento, e destes quantos residiam no mesmo bairro onde as empresas estavam instaladas.

As questões 5 e 6 do questionário foram as responsáveis pela identificação e resposta à este objetivo específico.

Conforme descrito no capítulo quatro, os micro e pequenos empresários do segmento estudado são responsáveis por gerar, em média, 6 empregos por empresa, sendo que destes aproximadamente 2 são empregos locais, ou seja, ocupados por funcionários que moram no mesmo bairro em que as empresas estão instaladas.

Diante destes números, sua relevância não pode ser desconsiderada, já que mesmo não havendo lei específica que incentive esta prática, é possível afirmar que 1/3 dos empregos gerados já é ocupado por mão-de-obra local. Por outro lado, em não havendo incentivo legal para esta iniciativa, é possível imaginar que existam outros motivos que levem a esta prática como a economia gerada pelos não pagamentos complementares de vale-transporte e a provável redução de atrasos no cumprimento da jornada de trabalho dada proximidade entre moradia e local de trabalho por parte dos funcionários. Mesmo com estas considerações, pode-se afirmar igualmente que esta prática faz com que os empresários entrevistados estejam sim influenciando o desenvolvimento local, já que cada emprego local gerado contribui para que não só este gere renda local, mas também aumente a possibilidade de que grande parte do salário recebido seja efetivamente gasto no seu bairro, contribuindo assim para o desenvolvimento e progresso de outras empresas dos mais diferentes segmentos existentes no bairro, como padarias, farmácias, comércio em geral, etc.

O segundo objetivo específico abordava a importância de se analisar junto às empresas o percentual de clientes que estão na mesma regional em que estão instaladas. A resposta a esta questão pôde ser constatada através das respostas obtidas na questão 7 do questionário, a qual acabou por revelar que 49% dos entrevistados afirmaram que seus clientes são de Curitiba e região metropolitana. Se considerarmos aqueles que afirmaram que a origem de seus clientes vem do próprio bairro, de todos os bairros de Curitiba e região metropolitana, estes somam 86% das respostas obtidas, o que significa dizer que a origem de seus clientes não está relacionada diretamente ao bairro em que as empresas estão instaladas, mas sim da cidade como um todo e de municípios que fazem divisa com Curitiba. Este dado acaba por revelar que estes empresários acabam por estimular a venda de seus produtos e serviços para todo o município, influenciando assim no desenvolvimento local de toda a cidade, e não só de seu bairro. Deve-se considerar ainda que o negócio em si, ou seja, a prestação de serviços e o comércio de produtos de informática é sim caracterizado por clientes que não se importam necessariamente em levar seus equipamentos para conserto ou mesmo a compra de componentes ou suprimentos na empresa mais próxima de sua casa, mas sim para empresas que possam prestar um bom serviço, ou ainda diferenciais que possam representar satisfação e vantagens em relação aos concorrentes. Deve-se considerar também

que o motivo principal da escolha do bairro, abordado na questão 10 do questionário, foi a que o empresário morava próximo à empresa, o que significa que a escolha do bairro não teve, em sua maioria, relação com o potencial da região, mas sim a facilidade e proximidade da residência do empresário com a empresa, o que acaba por justificar igualmente a baixa dependência de clientes locais, no caso, do próprio bairro. Conclui-se ainda que apenas 14% dos entrevistados possui certa dependência de clientes de outros estados, evidenciando ainda mais a influência local causada por estes.

No terceiro objetivo específico, buscou-se identificar se existiam ações sociais destas micro e pequenas empresas para com a comunidade na região em que se encontram. Estas questões (perguntas 12 e 13 do questionário) tiveram um propósito muito objetivo, ou seja, descobrir se os empresários têm como preocupação, além da geração de renda, a participação na comunidade em que estão inseridos no que se refere a contribuir de alguma forma com alguma instituição local. A informação obtida foi de que 56% destes empresários já tem esta prática estabelecida em suas empresas, onde as freqüências identificadas de maior representatividade são eqüidistantes, ou seja, ou afirmam fazê-lo 3 vezes ou mais por ano (53%), ou de forma esporádica (39%). Entretanto, o objetivo aqui foi de identificar se estes empresários estão atentos a esta prática, independentemente da sua freqüência, pois a ação em si, mesmo que de forma esporádica, é um indicio de que estes empresários já estão atentos a importância de interagir de forma colaborativa com instituições que seguramente necessitam de ajuda. Por se tratar de uma questão fechada, não era objetivo desta questão saber exatamente como cada empresário faz sua contribuição, porém na aplicação da pesquisa surgiram alguns comentários de contribuições pontuais para asilos, creches e igrejas locais. A simples prática de uma ação social já é um sinal de preocupação e de consciência de que a empresa não está só, e de que a renda gerada por estas pode sim, ainda que de forma pontual e as vezes até modesta, ser estendida para além dos diretamente envolvidos, ou seja, empresários e funcionários.

O quarto e último objetivo específico procurou identificar se existe preocupação por parte de seus proprietários e/ou gestores quanto à questões ambientais como manuseio de equipamentos e produtos químicos considerados nocivos à natureza e destino da chamada "sucata tecnológica", ou ainda o uso racional de recursos.

Conforme já previsto, esta questão (nº14) causou desconforto por partes dos entrevistados, já que ela poderia remeter certo constrangimento dada eventual responsabilidade por uma ação nociva ao meio ambiente.

Tanto é verdade que parte dos entrevistados respondeu que o lixo tecnológico é responsabilidade do cliente, ou seja, a partir do momento que um equipamento torna-se inviável para conserto ou quando este se torna obsoleto, o mesmo é devolvido para o cliente para futuro destino. Esta resposta pode ser parcialmente aceita, na medida em que por se tratar de equipamento de outrem, cabe a este dar o destino final. Por outro lado, por vezes o produto que está sendo descartado naquele momento pode ter sido, quando novo, vendido pela própria empresa que naquele momento está tentando consertar aquele equipamento, o que faria daquele empresário o responsável pelo destino final.

Uma outra resposta curiosa obtida nesta questão foi a de que certos empresários afirmaram não gerar lixo tecnológico dado seu negócio, no caso empresas de suporte e desenvolvimento, ou seja, aquelas que não atuam com manutenção e reparo de produtos ou ainda carga de suprimentos. Não se pode negar que do ponto de vista de prestação de serviços, estas empresas não são geradoras diretas de lixo tecnológico, porém vale lembrar que toda e qualquer empresa, independentemente do seu negócio, gera sim algum tipo de lixo tecnológico quando descarta seus próprios equipamentos, porém esta resposta não poderia ter sido obtida nesta questão, já que o objetivo dela esteve relacionado à prestação de serviços da empresa, e não aos equipamentos internamente utilizados por ela.

Destaca-se ainda uma outra resposta obtida, por sinal aquela com maior frequência (56), que foi a das empresas que vendem sua sucata tecnológica para empresas de reciclagem, o que acaba por revelar um outro negócio, ou seja, a venda de equipamentos que seriam descartados, gerando assim uma receita recorrente para os empresários entrevistados, além de ser uma solução encontrada para o destino do lixo gerado por estas empresas. Neste cenário, fica claro que até o lixo tecnológico acaba por ser gerador de desenvolvimento de novas empresas que, ao adquirirem aquilo que não serve mais para determinada empresa, acaba por transformar isso num outro negócio, como que um novo agente de uma determinada cadeia, no caso a do descarte. Deve-se registrar ainda que, mesmo informalmente, alguns dos entrevistados afirmaram que já existem empresas especializadas em

comprar equipamentos de informática, mesmo com defeito, para fins de canibalização, ou seja, o desmonte de equipamentos para vendê-los como partes e peças, a recuperação de outros com a utilização de peças de diferentes equipamentos resultando no reparo e venda de outros, ou ainda dentro do processo de canibalização, o diferente destino para cada componentes, ou seja, partes e peças plásticas para uma empresa de reciclagem daquele segmento, peças metálicas para outro, etc.

A doação foi ainda outra expressiva resposta dada pelos entrevistados, seja para instituições de caridade (frequência = 22), seja para os chamados carrinheiros (frequência = 24), o que denota de certa forma uma ação com cunho social no sentido de ajudar aqueles que tanto dependem de doações, até porque muitos equipamentos não são descartados por não estarem funcionando, mas por estarem obsoletos para determinada função.

Vela registrar que a própria ausência ou fragilidade de leis acaba por fragmentar as ações dos empresários deste segmento, pois ao mesmo tempo que o lixo tecnológico pode ser um problema para o negócio da empresa, o meio ambiente e portanto toda a sociedade acabam por serem os grandes prejudicados, problema este não diferente do destino e tratamento que deva ser dado para os outros tipos de lixo, como o orgânico por exemplo.

Estes quatro objetivos específicos, apoiados pela fundamentação teórica abordada no capítulo 2 deste trabalho acabaram certamente por apoiar e responder o objetivo geral que foi o de analisar como as micro e pequenas empresas do comércio de informática de Curitiba – Regional Portão contribuem para o desenvolvimento local.

A pesquisa pode revelar que as empresas deste segmento são compostas em sua maioria por empreendedores com experiência no ramo, sendo 74% com mais de 10 anos de experiência no mercado, e 72% destes foram motivados por abrirem suas empresas baseados em sua experiência, o que revela se tratar se um segmento estruturado por empresários que não são iniciantes.

Ainda que de forma indireta, estes influenciam sim no desenvolvimento local, seja no bairro/regional, seja no município em que estão instaladas, gerando empregos locais, já demonstrando ações sociais e certa preocupação com o descarte, ou seja, o lixo tecnológico.

A falta de políticas públicas que possam fortalecer ações, e portanto,

impactos locais, leva ainda muitos empresários a tomarem decisões de forma pontual e isolada, ou seja, diretamente ligadas à empresa e não ao chamado contexto maior, composto por outras empresas, muitas delas concorrentes, moradores e clientes, governo e fornecedores.

Como recomendação, fica aqui a sugestão de se estender esta pesquisa para as demais regionais de Curitiba, de forma a se obter números de toda a cidade, podendo inclusive servir de base para que a mesma possa ser aplicada a outras capitais, gerando assim números nacionais.

A criação de políticas públicas que possam incentivar a geração de empregos locais pode não só alocar mão-de-obra local, mas também influenciar positivamente no desenvolvimento daquele bairro a partir da geração e distribuição daquela renda. Empregos locais poderão ainda representar menor fluxo de trânsito, tanto do uso de veículos quanto do sistema público de transporte, contribuindo assim para redução de gás carbônico na atmosfera e ruas menos congestionadas.

A exemplo de programas de coletas seletivas já existentes em Curitiba, como o Lixo que não é lixo (não orgânico) e Lixo hospitalar, uma política pública municipal voltada para a coleta do lixo tecnológico pode vir a ser uma saída interessante para este problema enfrentado pelos empresários daquele segmento. Fica ainda aqui a sugestão de se começar a discutir com o município a viabilidade de se criar este tipo de serviço de coleta seletiva, ou ainda, de se criar centros de coleta, como por exemplo nas chamadas ruas da cidadania de Curitiba, espécie de subprefeituras, que poderiam reservar determinada área para que os empresários entregassem ali o seu lixo tecnológico incentivados por algum benefício fiscal viável tanto para o município, quanto para o empresário e para a comunidade em geral que certamente sairiam ganhando por haver um destino ecologicamente correto, por assim dizer, deste tipo de lixo que certamente só irá aumentar.

Este é o nosso grande desafio, debates e idéias que possam nos levar a desenvolver-se localmente sem comprometer os demais atores e o local onde vivemos, bem como para aqueles que irão se ocupar dele.

REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, A. L. **Administração de informática: funções e fatores críticos de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2004.
- ASHLEY, P. A. et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BARKSDALE, J.L. Tecnologia de comunicação em comunidades organizacionais dinâmicas. In: HESSELBEIN, F. et al. **A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade**. São Paulo: Futura, 1998.
- BELLEN, H.M.V. **Desenvolvimento Sustentável: uma descrição das principais ferramentas de avaliação**. Revista Ambiente e Sociedade. V.VII. N.1 jan-jun 2004. p. 23-37.
- BUARQUE, S.C. **Construindo o desenvolvimento sustentável**. Metodologia de planejamento. 2 ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.
- BUSS, L.I. **A contribuição das instituições de educação tecnológica para o desenvolvimento local: um estudo de caso da UTFPR – Campus Medianeira**. 2007. Disponível em: http://www.fae.edu/mestrado/pdf/Lenisse_Isabel_Buss.pdf. Acesso em: agosto 2007.
- CARON, A. **Inovações tecnológicas nas pequenas e médias empresas industriais em tempo de globalização – o caso do Paraná**. 2003. Disponível em: <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/5039.pdf>. Acesso em: setembro de 2007.
- CASAROTTO, N. F.; PIRES, L. H. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**. São Paulo: Atlas, 1999.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTOR, B.B.J. **Tamanho não é documento: estratégias para a pequena e a microempresa brasileira**. Curitiba: Ebel, 2006.
- CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO DO PARANÁ – FAE; COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO DE CURITIBA – CURITIBA S.A. **Desenvolvimento Econômico de Curitiba: perfil, territorialidade e tendências**. 2005. Disponível em: http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/rel_pesquisa/relatorio_PAIC_Christian_web.pdf. Acesso em: março de 2006.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2000.
- DALY, H. **Crescimento sustentável? Não, Obrigado**. Ambiente & Sociedade, vol.7 no. 2. São Paulo: Unicamp, 2004.
- DRUCKER, P.F. **Invação e Espírito Empreendedor**. Prática e Princípios. 6 ed. São Paulo: Pioneira, 1985.

DUTRA, I.M. **Terceiro Setor e Voluntariado: a busca por um desenvolvimento local, integrado e sustentável na pastoral da criança em Curitiba/PR.** 2007. Disponível em: http://www.fae.edu/mestrado/pdf/ivan_melo_dutra.pdf. Acesso em: janeiro de 2008.

FOINA, P.R. **Tecnologia da Informação: planejamento e gestão.** São Paulo: Atlas, 2001.

FREIRE, F.S.; SILVA, C.A.T. **Balanço social: teoria e prática.** 1 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOLDSMITH, M. Comunicações globais e comunidades por escolha. In: HESSELBEIN, F. et al. **A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade.** São Paulo: Futura, 2001.

GUARAGNI, M.V.; CUNICO JUNIOR, A.C.; TORTATO, R.G.. Novas alternativas para a dimensão econômica no âmbito do desenvolvimento sustentável. In: SILVA, Christian Luiz da (Org.) **Desenvolvimento sustentável: um modelo analítico integrado e adaptativo.** 1 ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

GUIMARÃES, N.A.; MARTIN, S. **Competitividade e desenvolvimento: atores e instituições locais.** São Paulo: Editora SENAC, 2001.

IBGE – Instituto brasileiro de geografia e estatística. www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/universo.php?tipo=31&paginaAtual=1&uf=41&letra=Z, acessado em 12 de janeiro de 2008.

INSTITUTO ETHOS. www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=en-US, acessado em 8 de janeiro de 2008.

IPPUC. ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/anexos/2000_Regional%20Portão_Dados%20Populacionais.pdf, acessado em 7 de janeiro de 2008.

LÉVY, P. **O que é virtual?** 1 ed. 6 reimpressão. São Paulo: Editora 34, 2003.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MEDEIROS, J. A.; MEDEIROS, L. A. **O que é tecnologia.** São Paulo: Brasiliense, 1993.

MENDES, J. **Fatores condicionantes de sucesso das pequenas e médias empresas na região metropolitana de Curitiba e sua contribuição para o desenvolvimento local.** 2006. Disponível em: http://www.fae.edu/mestrado/pdf/Jeronimo_Mendes.pdf Acesso em: agosto de 2007.

MINISTÉRIO DE FAZENDA. www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/, acessado em 20 de dezembro de 2007.

MINTZBERG, H. et al. **O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados**. 4. ed. São Paulo: Bookman, 2006.

MOURA, P.C. **A crise do emprego: uma visão além da economia**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

NETO, F.P.; BRENNAND, J.M. **Empresas Socialmente Sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

OLIVEIRA, J.F.; MAÑAS, A.V. **Tecnologia, trabalho e desemprego: um conflito social**. 1 ed. São Paulo: Érica, 2004.

PASTORE, J. **O desemprego tem cura?** São Paulo: Makron Books, 1998.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, Casa Civil.
www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9841.htm, acessado em 21 de dezembro de 2.007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA.
www.curitiba.pr.gov.br/pmc/curitiba/index.asp?noframe=sim&conteudo=mapashtml/mapas.html#, acessado em 08 de janeiro de 2008.

QUADROS, D. R. **Empresas sem chefes: uma experiência de sucesso**. Revista FAE Business, nº. 1, Novembro: 2001.

REZENDE, D. A.; ABREU, A. F. de, **Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

RHEINGOLD, H., Comunidades Virtuais. In: HESSELBEIN, F. et al. **A comunidade do futuro: idéias para uma nova comunidade**. São Paulo: Futura, 1998.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social**. Métodos e técnicas. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RIFKIN, J. **O fim dos empregos**. O declínio inevitável dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.

RYDLEWSKI, C.; GRECO, A. **Impacto e velocidade**. Revista Veja. Edição Especial, nº. 71, Julho:2006.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 4 ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SEBRAE – Goiás. www.sebraego.com.br/site/site.do?idArtigo=2204, acessado em 12 de janeiro de 2.008.

SCHUMPETER, J. Al. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SILVA, C. L. da, MENDES, J. T. G. **Reflexões sobre o desenvolvimento sustentável: agentes e interações sobre a ótica multidisciplinar**. 1ª ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

SPECHT, J.R.M. **Jornal o bom negócio.** n.8. Curitiba: Companhia de Desenvolvimento de Curitiba, 2008. Disponível em: http://www.curitibasa.com.br/prog/texto/negocio/jornal/Jornal_do_Bom_Negocio_janeiro_nº8.pdf, acessado em 20 de março de 2008.

UNIFAE - CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO DO PARANÁ. www.sfrancisco.edu.br/pdf/revista_fae_business/n9/10_rs_filantropia.pdf, acessado em 21 de dezembro de 2007.

VEIGA, J.E. **Desenvolvimento sustentável, o desafio do século XXI.** Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

VEIGA, J.E. **Do local ao global.** Campinas: Armazém do Ipê, 2005.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Modelo de Questionário para Entrevista

UNIFAE - CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO DO PARANÁ

Curitiba, março de 2008.

Prezado empresário (a): somos pesquisadores do Mestrado em Organizações de Desenvolvimento da UNIFAE e estamos realizando uma pesquisa sobre o impacto das micro e pequenas empresas de informática no desenvolvimento local. Pedimos para que responda as questões abaixo, agradecendo antecipadamente sua participação.

Empresa: _____

Entrevistado: _____ E-mail: _____

Data: ____/____/____ Bairro: _____

1) Tempo de atividade

- Menos 1 ano
- De 1 a 3 anos
- De 3 a 5 anos
- De 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos

2) Tempo de experiência do empresário em seu ramo de atividade

- Menos de 1 ano
- De 1 a 3 anos
- De 3 a 5 anos
- De 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos

3) Origem da empresa

- Trabalhava no ramo e montou sua própria empresa
- Constatou uma nova oportunidade
- Necessidade (não conseguiu outro emprego)
- Outros

4) Assinale abaixo seu(s) ramo(s) de atuação

- Manutenção de equipamentos (hardware)
- Suporte técnico (software) e Consultoria
- Carga de suprimentos (cartuchos e toners)
- Outros (especificar) _____

5) Número de funcionários: _____

6) Destes, quantos moram no mesmo bairro em que a empresa está instalada.

- _____ funcionários
- não soube informar

7) Qual a principal procedência/origem dos clientes:

- Do próprio bairro
- De todos os bairros de Curitiba
- De Curitiba e região metropolitana
- De todos os estados

8) Qual a principal procedência/origem de seus fornecedores:

- Do próprio bairro
- De todos os bairros de Curitiba
- De Curitiba e região metropolitana
- De todos os estados

9) Principal forma de atuação, comercialização de seus produtos/serviços

- Venda direta
- Carteira de clientes
- Através de internet, e-mail, homepage
- Vendas externas
- Por telefone
- Outra (especifique): _____

10) Qual foi o principal motivo da escolha do bairro onde foi instalada sua empresa:

11) Sua empresa possui parcerias com:

- Fornecedores
- Concorrentes
- Clientes
- Associação de bairro
- Empresas privadas em geral
- Empresas públicas (repartições, escolas, etc)
- Outras (especifique): _____
- Não possui

12) Possui algum tipo de ação social (ex. doações para escolas, igrejas, orfanatos, ou ainda participação em campanhas específicas, como campanha do agasalho, etc) ?

- não
- sim

13) Em sendo positiva a resposta da questão 12, qual a frequência ?

- esporadicamente
- 1 vez ao ano
- 2 vezes ao ano
- 3 vezes ou mais ao ano

14) Como em qualquer outro tipo de negócio, empresas de informática igualmente geram o chamado lixo ou sucata tecnológica, como teclados, mouses, carcaças de equipamentos que não podem mais ser aproveitados, seja por defeito ou por não ser viável seu concerto.

Qual o destino que sua empresa dá para estes produtos ?

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)