

ARTIGO

TECNOLOGIA NA MICRO E PEQUENA EMPRESA

César Abreu

Giselle Brandão

Inna Thais Fernandes

Suzane Boaventura*

Profª Orientadora: Vanessa Cavalcanti**

RESUMO

O presente artigo tem por escopo fazer uma demonstração da importância do uso da informática na micro e pequena empresa como fator facilitador do seu sucesso, cita as dificuldades mais comuns que impedem a adoção da tecnologia pelas empresas e demonstra também que não basta adquiri-la, mas sim, utilizá-la de maneira eficiente e eficaz.

Palavras-Chave: Tecnologia – Empresas – Gestão

A década de 1990 até o ano 2000 foi marcada por vários fatores e episódios que foram fundamentais para o crescimento da quantidade e importância das micro e pequenas empresas no cenário econômico brasileiro. De acordo com o Artigo 2º da Lei 9.841 de 05 de outubro de 1999, considera-se “*microempresa, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais); e empresa de pequeno porte, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que, não enquadrada como microempresa, tiver receita bruta anual superior a R\$244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais) e igual ou inferior a R\$1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).*”¹

A Pesquisa anual de Comércio (PAC), realizada pelo IBGE – Instituto Brasileiro de geografia e Estatística, divulgada em 24 de agosto de 2000, mostra que em 1998, as pequenas e micro empresas, respondiam por 65,3% do emprego gerado e 32,8% da receita total do conjunto de empresas brasileiras, que na época perfazia um total de 962 mil estabelecimentos comerciais, com 4,8 milhões de trabalhadores e uma receita total de R\$353,2 bilhões². Isto confirma a importância destas para a economia do país.

* Especialistas em Administração de Empresas pela Universidade Salvador, 2000.

** Doutoranda em História pela Universidad de Leon, Espanha. Professora e Coordenadora de Assuntos de Assuntos Comunitários da Universidade Salvador. Membro do Núcleo de Estudos Sociais (CORDIS/UNIFACS).

¹ BRASIL. Lei no. 9.841, de 05 de outubro de 1999. Institui o Estatuto da Micro Empresa e da Empresa de Pequeno porte, dispondo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal do Brasil.

² IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Empresas comerciais de pequeno porte empregam mais e faturam menos. Coordenação Geral de Comunicação Social em 24 de agosto de

O perfil empresarial brasileiro - Pequenas empresas

No. Func	No. Empres	%	No. Emprego (milhões)	%	Receita bruta (em R\$ milhões)	%
00 a 04	1.247.844	76,2%	2,10	13,3%	41.943,00	7,5%
05 a 09	199.122	12,2%	1,29	8,2%	29.415,00	5,3%
10 a 19	98.461	6,0%	1,31	8,3%	32.796,00	5,9%
20 a 49	55.752	3,4%	1,67	10,6%	46.062,00	8,3%
50 a 99	18.612	1,1%	1,28	8,2%	40.407,00	7,3%
100 a 249	11.484	0,7%	1,75	11,1%	63.790,00	11,5%
250 a 499	4.038	0,2%	1,40	8,9%	52.978,00	9,5%
500 ou mais	3.323	0,2%	4,93	31,3%	249.472,00	44,8%
Total Geral	1.638.636	100,0%	15,75	100,0	556.864,00	100,0%

Fonte: Censo Cadastro de 1994 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Nos últimos anos, as empresas passaram por mudanças importantes. As relações interpessoais dentro das empresas, o contato patrão - empregado, o produto, a produção, os mecanismos de trabalho e principalmente as ferramentas de trabalho, se transformaram. A competição acirrada do mercado, abriu espaço na busca pela superação dos esforços. O instinto de sobrevivência vem ressaltar a importância e a necessidade de se ter agilidade nas tomadas de decisões para que o produto ou serviço tenha cada vez mais, maior qualidade e rapidez. Dessa forma, o crescimento de uma empresa se condiciona diretamente à importância da adoção de processos operacionais mais rápidos e precisos, que dêem às empresas sustentação no mercado.

A tecnologia, através da informática, passa a ser a ferramenta definitiva de ajuda das empresas. Sendo assim, a informática surge como um meio de implantação de tecnologia que tem como objetivo auxiliar as empresas a cumprirem seu papel com maior eficiência e eficácia. A adoção de tecnologia é uma necessidade tão evidente que os órgãos existentes para apoiar a pequena empresa tenta sensibilizar os empresários. A frase a seguir está na home page do SEBRAE Nacional quando o assunto é “tecnologia”: *“Consciente da importância da tecnologia como fator vital à sobrevivência e competitividade das empresas no mundo globalizado, o SEBRAE facilita o acesso das micro e pequenas empresas aos conhecimentos aplicáveis à produção e comercialização de bens e serviços”*³.

2000. Disponível na INTERNET via URL: <http://www.ibge.net/presidencia/noticias/24082000.shtm>. Arquivo capturado em 11/11/2000.

³ SEBRAE. [on line]. Disponível na INTERNET via URL: <http://www.200.252.2.../891e86bc9065ca528326/c8005190e3?OpenDocument&AutoFrame>. Capturado em 11/11/2000.

Em contraponto é importante ressaltar que a tecnologia não é uma forma mágica que levará a empresa ao sucesso definitivo. A simples introdução de equipamentos não tornar uma empresa uma campeã em vendas e prestação de serviços. Ser eficaz é uma característica que independe da otimização das tarefas proporcionadas pela informatização. Ser eficaz, é ser culturalmente pensante. A tecnologia vem apenas somar a esse processo a rapidez das tomadas de decisões disponibilizando, com isso, um maior tempo para as tarefas que compete ao componente intelectual do processo.

Em retrospectiva divulgada pela Revista PEGN – Pequenas Empresas Grandes Negócios de 1998, durante o depoimento de muitas das empresas que foram capa durante os anos de 1988 e 1998 foi citado o fato de que a inovação tecnológica, a adoção de programas de gestão computadorizados e do uso do computador foram fatores importantes para o seu sucesso.

MUDANÇA NO CONCEITO DE MICRO EMPRESA

Há alguns anos atrás quando se pensava em micro empresa, pensava-se nos armazéns, nas lojinhas de bairro, naqueles empreendimentos em que uma pessoa por ter experiência em uma determinada área ou por ter uma determinada habilidade, prestava serviço a outros. Geralmente, a empresa surgia por acaso, sem planejamento, sem maiores expectativas. Quando o empresário percebia, a empresa já estava funcionando a algum tempo, com outros empregados ou ajudantes, e necessitando da ajuda de terceiros, geralmente um contador para organizar a casa.

Com as privatizações das grandes empresas nacionais, a reengenharia, o downsizing, Programas de Qualidade Total e outras tantas técnicas que apareceram para tornar as empresas nacionais mais competitivas no mercado globalizado, houve muita demissão de executivos e pessoas graduadas que começaram a buscar meios e trabalhos alternativos para continuar a ganhar dinheiro. Estas pessoas viraram empresários e levaram para suas pequenas empresas a tecnologia que utilizava nas empresas de onde saíram. Além disto, veio a onda de terceirização das áreas que não são a atividade fim de várias empresas. As empresas que terceirizam exigem destas a mesma qualidade e controles que elas mantêm em suas unidades, por isso micro e pequenas empresas informatizadas se tornaram uma realidade.

As franquias de empresas que um dia já foram micro continuam em alta. Muitas como o Yázigi, utilizam tecnologia de última geração (IBAÑEZ, 2000) com todas as unidades franqueadas ligadas em rede, on line, 24 horas por dia para que todas as informações

possam ser acessadas sempre que necessário. Facilitando a comunicação e agilizando os processos de resolução de problemas e tomada de decisão.

O home office, o trabalho profissional realizado em casa, geralmente nos setores de contabilidade, cosméticos, consultorias em geral, publicidade, computação gráfica, dentre outros, só é possível graças ao uso do computador e seus diversos programas. A grande expansão do home office está mudando o perfil do emprego e do contexto empresarial. Apesar do sucesso, é importante ressaltar que em média, 80% da micro e pequenas empresas fracassam em menos de 5 anos e das que sobrevivem 80% são franquias. Tudo dependerá do esforço, planejamento, definição concreta de metas, objetivos e lucros da empresa.

SURGIMENTO DA INFORMÁTICA

O processo rumo à informática surgiu lentamente nos EUA a partir dos anos 70. Nesta época o computador era tido como um investimento de alto risco, pois seu custo de fabricação e manutenção era muito elevado. Isto implicava para empresa, a manutenção de uma estrutura compatível com o suporte do equipamento, o que acarretava em despesas altíssimas. A introdução de novas tecnologias era, cada vez mais de difícil acesso já que, além dos altos custos, existia ainda uma necessidade de adequação do ambiente físico, e a dependência de especialistas, que detinham o conhecimento e o controle total sobre os equipamentos e programas. Isso assustava as pequenas e médias empresas que se interessavam em ingressar na era da informática.

No Brasil, somente as grandes empresas mantinham, com grande dificuldade, computadores. Nesta época o Governo Federal e alguns estaduais criaram empresas de processamentos de dados, utilizando esses novos equipamentos somente para o poder público.

A necessidade da introdução de novas tecnologias era vista como fundamental para o crescimento do mercado, apesar da resistência em se alterar os ritmos atuais de trabalho e a forma como vinham sendo desempenhados. É importante ressaltar que a implantação da informática ainda gerava desconfianças quanto aos possíveis resultados.

A inserção dos microcomputadores, mais tarde, representou a solução dos problemas de espaço, deslocamento, investimento, facilidade de operação e manuseio. As empresas passaram a ter acesso direto às informações a qualquer momento.

A evolução desses equipamentos contribuiu para a sua inserção definitiva no mercado. A partir dos resultados adquiridos, as empresas passaram a entender que a inserção de novas

tecnologias no processo produtivo representava, na verdade, uma enorme vantagem com ganho de tempo, qualidade dos serviços, organização, recuperação de dados, facilidades na execução das tarefas, dentre outras. Iniciou-se assim, a corrida atrás do tempo perdido. A massificação das máquinas e dos aplicativos acarretou transformações mercadológicas, estratégicas, tecnológicas e culturais.

O MEDO DA TECNOLOGIA

As pequenas e médias empresas ainda estão em fase de descoberta da informática. A maior dificuldade dessas empresa tem sido em enfrentar as mudanças de procedimentos. Existe o receio de trocar o sistema convencional pelo sistema informatizado de desenvolvimento das atividades. Essas empresas preferem investir prioritariamente nos aspectos comerciais esquecendo, ou deixando de lado os aspectos organizacionais administrativos.

Foi perguntado ao Gartner Group Sobre o que dá mais raiva a respeito da tecnologia. E a resposta foi: “*A crença de que a tecnologia por si só resolveria todos os problemas de desempenho.*” (ALBERTIN, 1998: 53).

A falta de informação dos empresários contribui para a resistência generalizada ao sistema informatizado. Muitos desses pequenos e médios empresários não têm acesso aos benefícios resultantes da informatização da empresa, além disso, existe a questão da insegurança, do receio de investir no que ainda é desconhecido. Esse é um problema cultural que envolve a ignorância empresarial sobre a utilidade do computador e dos seus aplicativos. O ideal seria informatizar todas as áreas da empresa, mas as dificuldades financeiras, a necessidade de contenção de despesas e investimentos, permite apenas que essas empresas introduzam esse sistema na estrutura administrativa e financeira.

Em alguns casos, a resistência vem também por parte do empregado. Essa resistência vem gerar uma corrente negativa influenciando na decisão de adquirir ou não esses sistemas. Na maioria dos casos é necessário implantar cursos de treinamento para que os empregados passem a lidar com as máquinas e saibam fazer uso dos aplicativos. Essa atitude acarreta a necessidade de mais investimento e na perda de tempo.

Estes sentimentos negativos, a tecnofobia, é uma realidade para diversas pessoas, que não conseguem viver harmoniosamente e entender a tecnologia. Este medo, despertado com as mudanças tecnológicas, é um “mal moderno” e acontecem por causa da velocidade das mudanças, da rápida obsolescência, do exagero de quem fala sobre a tecnologia e da diversidade tecnológica disponível hoje no mercado. Além disso, para alguns, as regras são muitas, impossíveis de serem decoradas, para outros os manuais são incompreensíveis,

alguns acham que não têm coordenação motora adequada para o uso do mouse, por exemplo, outros já acham que só por ter adquirido o computador, que tudo deveria ficar mais fácil. As pessoas precisam entender que ele facilita o processo de armazenagem e recuperação de dados, envio e recepção de informações, cálculos, mas, que ele só faz o que o operador manda.

SUCESSO NO DESENVOLVIMENTO E CONTRIBUIÇÃO NA ÁREA PRODUTIVA, NO PROCESSO DE INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NAS EMPRESAS.

Não há dúvidas que as inovações tecnológicas estão entre as principais fontes de vantagens competitivas para uma quantidade crescente de empresas, sobretudo industriais. O uso de instrumentos apropriados de gestão da produção contribui de modo vigoroso para a realização sistemática de inovações tecnológicas na empresa, quer pela manutenção de um ambiente favorável às inovações de qualquer tipo, quer facilitando a introdução de melhorias ao longo do ciclo de vida de um produto ou processo inovado.

A fase de implantação de uma inovação tecnológica envolve a criação de ferramentas, aquisição e preparação dos recursos de manufatura, produção inicial, sustentação comercial e outras atividades que estão entre as mais críticas de qualquer processo de inovação. A palavra inovação apresenta diversas acepções conforme a área de estudo ou a tradição de pesquisa que a utiliza. Na área mercadológica, inovação pode ser qualquer modificação percebida pelo usuário, mesmo que não ocorra nenhuma alteração física no produto. Nas áreas produtivas, inovações são uma forma de introdução de novidades materializadas em produtos, processos e serviços, novos ou modificados.

Na tradição dos estudos ligados à gestão tecnológica, a origem dos conhecimentos é relevante, resultando daí a preocupação em diferenciar invenção da inovação, da imitação e da difusão. Entendemos como inovação tecnológica, o processo realizado por uma empresa para introduzir produtos e processos que incorporem novas soluções técnicas, funcionais e estéticas. Estas soluções podem ser completamente novas, pois não eram conhecidas ou usadas antes que a empresa inovadora as introduzisse, ou seja, trata-se de inovações pioneiras que introduzem novidades absolutas. Por inovação pode-se entender também a introdução dessas soluções por uma empresa, embora elas já fossem conhecidas ou utilizadas por outras. Neste caso, a novidade é relativa à empresa inovadora, pois as mudanças tecnológicas já estariam incorporadas em outras unidades produtivas.

Uma inovação que introduz novidades importantes para a empresa requer diversas atividades relacionadas com o processo de produção, envolvendo equipamentos, materiais,

pessoal, serviços de apoio, procedimentos e programas operacionais. Essas atividades, aqui denominadas genericamente de implementação, representam parcelas significativas dos custos de uma inovação.

Qualquer processo de inovação só se completa quando as soluções técnicas estiverem definitivamente incorporadas aos produtos e processos. Nem sempre é fácil determinar quando um projeto de inovação importante está realmente concluído, pois esses produtos, processos e serviços, novos ou modificados, estarão recebendo diversas inovações de caráter incremental ao longo do seu ciclo de vida. Por isso não é tarefa fácil distinguir com clareza quando termina a inovação principal e começam os aperfeiçoamentos, que são formas complementares de inovação, mas nem por isso menos importantes.

Uma postura voltada para a melhoria contínua pode contribuir para reduzir ou solucionar conflitos entre os diferentes segmentos da organização como, por exemplo, os inúmeros conflitos entre as áreas de produção, de marketing e de projeto que frequentemente surgem durante a introdução de novos equipamentos produtivos ou novos produtos. Como diz Imai, Masaaki Kaizen: A Estratégia para o Sucesso Competitivo. São Paulo, IMAM, 1988, a essência das práticas japonesas de administrar (TQM, JIT etc.) pode ser reduzida a uma palavra, Kaizen, que significa melhoramento contínuo envolvendo todos, administradores e operários, em todas as instâncias da vida. Esse autor, cujo trabalho popularizou a palavra Kaizen, ressalta que termo melhoramento no contexto da administração acidental, significa frequentemente melhoramento em equipamentos, excluindo os elementos humanos. Kaizen, enquanto melhoramento é um conceito genérico que se aplica a todas as atividades de todos. Para ele, existem duas estratégias ou enfoques contrastantes para implementar o progresso técnico: o enfoque gradual ou da melhoria contínua e dos grandes saltos ou das inovações. Esses enfoques não são excludentes, ao contrário, eles se interagem de modo recíproco. Ou seja, sempre que ocorre uma inovação, a mesma deve ser melhorada continuamente para que o novo padrão de desempenho não só corresponda ao esperado, mas até supere as expectativas originais. Significa que, as inovações incrementais realizadas sob qualquer enfoque tradicional ou das melhorias contínuas, não existem enquanto entidades autônomas, mas sim como etapa fundamentais da implementação de inovações maiores em produtos e em processos. Não há, portanto, incompatibilidades nem antagonismos entre inovações radicais e melhorias.

O uso de instrumentos apropriados de gestão da produção favorece a realização de inovações tecnológicas de vulto e facilita a introdução de melhorias no produto ou no processo inovado.

A implementação de um Sistema de Informação é mais do que simplesmente instalar um sistema desenvolvido e treinar usuários a utilizá-la. Para que esta implementação tenha sucesso, é necessário, desde o início de seu desenvolvimento até sua efetiva implantação, estudar o contexto no qual ele atuará e formar um ambiente propício para garantir seu desenvolvimento, sua implantação, sua aceitação e uso. Hoje, está cada vez mais presente, na preocupação diária dos administradores, a competitividade necessária que uma empresa deve ter para garantir seu sucesso no mercado em que atua, ou pelo menos sobreviver nele. A implantação de um Sistema de Informação significa uma mudança, muita vezes profunda na organização, que deve ser planejada e preparada para que se garanta seu sucesso. A falta de entendimento do processo de intervenção, por parte de líderes organizacionais, tem sido apontada por diversos autores como uma das principais causas de fracassos em tentativas de mudanças em sistemas complexos.

A implantação de um SI (Sistema de Informação) deve estar de acordo com a estratégia de uso da tecnologia de informação da organização, que por sua vez, deve ser coerente com a sua estratégia de negócios. Este alinhamento é que deve garantir a alocação de recursos para os projetos de TI (Tecnologia de Informação) e dar as diretrizes para o seu planejamento e suas prioridades. A importância da TI na estratégia de negócio, tem propiciado uma ótima oportunidade para a organização encontrar uma melhor utilização dos seus ativos e repensar sua estratégia competitiva.

ERA DA INFORMAÇÃO

Estamos na Era da informação onde o poder da informação é que permite que alguém ou alguma empresa se destaque das demais. Para ter acesso a qualquer tipo de informação, no momento que se precisa, é necessário ter acesso à tecnologia disponível no mercado. De acordo com Michael S. Malone, em seu livro “The Virtual Corporation” (A Corporação Virtual), assinala que “o *Processamento de informações é a fonte de poder mais importante da nossa geração*”.

Para as pequenas e micro empresas serem competitivas elas precisam ser flexíveis e responsáveis pelo cumprimento das condições acordadas com seus clientes, estas são as chaves para se ter eficiência nos seus processos, e isto é facilitado pelo uso adequado da tecnologia.

Thomas H. Davenport em seu livro “Ecologia da Informação”, afirma que tem ouvido muitas queixas contra os danos que planilhas eletrônicas causam no pensamento criativo sobre como montar e estruturar informações financeiras, ele justifica estas reclamações ao

fato de administradores adquirirem tecnologias caras sem avaliar seriamente o tipo de informação que os programas adquiridos vão facilitar. Por esse motivo essas iniciativas não funcionam como se esperava, a tecnologia não é aproveitada ao máximo e o administrador fica com a impressão de que gastou dinheiro em vão. O mesmo autor afirma que estratégia e cultura influenciam os investimentos em tecnologia, embora não tanto quanto deveriam.

ALUGUEL DE SOFTWARES

Seguindo a tendência desenhada nos Estados Unidos e na Europa, o Brasil começará a oferecer por internet o aluguel de “programas de computador para empresas”, ou seja, softwares de gestão empresarial, que serão utilizados virtualmente. Não haverá o download do programa, mas sim o seu uso virtual. O sistema funciona da seguinte forma:

1. O usuário firma um contrato de locação com a empresa dono do software;
2. A empresa fornece uma senha ao usuário que o permite utilizar a ferramenta através da WEB.

Vantagens:

1. Não ocupa memória no HD da máquina;
2. Inexistência do custo de aquisição e manutenção do programa;
3. O software deixa de ser um bem e passa a ser uma prestação de serviço;
4. Transferência da maioria dos problemas relacionados à informática para o fornecedor do programa;
5. Economia de 30% nas despesas com o uso do software, segundo Roberto Masiero, diretor B & M.

Desvantagens:

1. O banco de dados ficará à disposição da empresa fornecedora do serviço.

Segundo Cássio Dreyffus, Diretor de Pesquisas do Gartner Group Brasil, em no máximo dois anos o empresário brasileiro não terá de imobilizar dinheiro com a aquisição de software. Nas experiências em vigor no país, atualmente, o aluguel pode sair entre R\$8,00 e R\$10,00 por funcionário/mês.

Nos Estados Unidos e Europa os grandes fabricantes de pacotes de gestão e de bancos de dados, como a Oracle, SAP e a Progress, já disponibilizaram seus produtos via web para grandes corporações. No Brasil até o momento somente a Microsoft e a SAP já definiram seus lançamentos para este ano de 2000.

A primeira a oferecer o sistema de aluguel no país foi a Progress do Brasil, segundo seu diretor Geral, Marco Laurindo, a indústria começa a voltar seus olhos para o fantástico nicho das pequenas e micro empresas. De acordo com a reportagem o que levou estas empresas a investirem no aluguel virtual dos programas, foi o crescimento da internet e o esgotamento dos negócios com as grandes companhias, que já investiram muito em programas e equipamentos de informática. Esta poderá ser uma das opções disponíveis no mercado para a solução do problema CUSTO alegado pelos empresários ainda resistentes à adesão a tecnologia.

FACILIDADE AO ACESSO À TECNOLOGIA

Atualmente, os investimentos em computadores estão voltados para as pequenas empresas: “... *um mercado potencial estimado em 5 milhões de estabelecimentos*”⁵. Este era um segmento que até pouco tempo atrás era ignorado pelos investidores. Hoje está se preparando lançamentos que se adequem à estrutura, complexidade e capital dos pequenos negócios. Essa mudança de visão se deu devido ao crescimento rápido desse segmento, é uma promissora demanda. Os pequenos negócios foram responsáveis no Brasil pelo consumo de 440 mil PCs em 1998, o equivalente a 29,3% do total vendido no país.

A demanda cresce a cada dia formando um mercado cada vez mais promissor. A tônica é oferecer o que há de mais avançado em pacotes fáceis de instalar. Também existem empresas fornecedoras de softwares de gestão de todos os portes e em todas as cidades. As maiores e mais famosas como a Microsiga com o programa Quadrant Advanced, a Compact com a Loja Fácil e a Digisat com o Administrador, são alguns exemplos. Mas existem as voltadas para o micro empresário como é o caso do software que o SEBRAE havia feito parceria para divulgar entre o seu público alvo empresarial. Em abril/2000 a parceria entre o SEBRAE e Software intelecta, fabricante do software de gestão para micro e pequenas empresas “Empresário 2”, será encerrado. A parceria antes se justificava pela inexistência no país, há sete anos atrás, de softwares baratos, em português, e voltados para a realidade do micro e pequeno empresário. A parceria acaba, mas o software continua no mercado disponível, a preço acessível. Essas novas tecnologias vêm atender a uma necessidade que já se tornou crítica para a competitividade de negócios de todas as partes: o domínio da informação para a tomada de decisão rápida.

A INTERNET

A rede mundial de computadores é o grande estopim. As empresas precisam aprender a lidar com eles, com a tecnologia. Jack Welch – o executivo do século – afirma que está surgindo uma nova tecnologia, a maior revolução ocorrida na vida de todos nós. A internet é a coisa mais importante que aconteceu para a administração. Os princípios administrativos devem se adaptar ao mundo da nova tecnologia. *“Acho que o mundo dos negócios tem uma nova gama de princípios com a Internet”* (WELCH, 2000: 62). Deve-se encontrar os melhores meios de incluí-la no negócio. A formula está em cultivar a capacidade de aprendizado da organização, a capacidade de obter e filtrar informações e assim reciclar.

O mundo tecnológico, o mundo da internet exige que você e sua empresa tenham um desejo insaciável de aprender, pois a mudança no mundo da internet é diária. Tem que se correr atrás, pois os dados e as informações estão soltos, espalhados, todos têm acesso, inclusive os concorrentes. *“É preciso jogar fora todas as verdades que foram introduzidas à força pelos manuais. Não valem nada. É preciso jogar fora todas as coisas que você achava que estavam certas, passar a página à limpo e olhar de novo”* (WELSH, 2000: 8).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais tanto as pessoas quanto às empresas passaram a depender dos computadores. Em um futuro bem próximo todos os setores de atividade sentirão a necessidade de ter seus sistemas informatizados. A dependência do computador passou a ser uma realidade para muitos profissionais. O que era receio, hoje se tornou um vício.

Conhecer computadores, saber como funcionam e como podem nos ser úteis hoje em dia é tão importante quanto saber ler e escrever. Faz parte do chamado conhecimento geral, pré-requisito. Está mais que claro que em cada década, um segmento cada vez maior da população estará envolvido, direta ou indiretamente, com a tecnologia da informática, e quem não se adaptar terá muitas dificuldades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio eletrônico: Benefícios e aspectos de sua aplicação. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, 38 (1): 52-63, jan/mar.1998.
- ALONSO, Maria Rita. Programa dá apoio à pequena empresa. **Correio Popular**, 16 de dezembro de 1997.

⁵ Pequenas Empresas Grandes negócios. Abril/1999. Ano XI – n.º 123. Pag 62-64.

- BARBIERI, José Carlos. A contribuição da área produtiva no processo de inovações tecnológicas. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, 37 (1): 66-77, jan/mar. 1997.
- BONO, E. “Criatividade como Recurso”. **HSM Management**. São Paulo, Edição Especial, 2000, p. 66–73.
- BRASIL. **Lei no. 9.841, de 05 de outubro de 1999**. Disponível na internet via: URL:<http://200.252.248.100/site/na/txtdiv.nsf/0770f05.../e955b5428b2ef55a832567d2007913f0?OpenDocument>. Arquivo capturado em 22/08/2000.
- CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luiza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- Especial Sales & Marketing Management. **HSM Management**, n. 1, Ano 4, Julho-Agosto 2000, p. 23–24.
- EUGÊNIO, Cláudio. “Empresário sai do Sebrae”. **Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**. ANO XII, No. 134, Março 2000, p.73.
- EUGÊNIO, Cláudio. “Vem aí o software de aluguel”. **Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**. ANO XII, No. 134, Março 2000, p. 72.
- GOLDBERG, Beverly. Adeus à Tecnoangústia. **HSM Management**, ano 2, n.11, nov./dez. 1998, p.140.
- IBAÑEZ. Mirian. “A Rede das Redes”. **Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**. ANO XII, No. 133, Fevereiro 2000, p. 105 - 106.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Empresas comerciais de pequeno porte empregam mais e faturam menos**. Disponível na INTERNET via URL: <http://www.ibge.net/presidencia/noticias/24082000.shtm>. Arquivo capturado em 11/11/2000.
- SEBRAE. **O que é ser um empreendedor**. [on line]. Disponível na internet via URL: http://www.sebrae-sc.com.br/montando_empresa/perfil/oquee.htm. Arquivo capturado em 21/08/2000.