

O papel das universidades no desenvolvimento local como suporte para redes de pequenas empresas

Mariana Grapeggia (UFSC) mariana@deps.ufsc.br

Josiane Minuzzi (UFSC) josiane@deps.ufsc.br

Álvaro G. Rojas Lezana (UFSC) lezana@deps.ufsc.br

Resumo

O novo contexto competitivo tem levado as organizações a refletirem sobre as competências necessárias para sua sobrevivência. Um dos locais mais preparados para se desenvolver competências são as universidades, que podem interagir com organismos regionais, fomentando-os com sua expertise. As redes de pequenas empresas possuem vantagens na difusão e socialização de conhecimento e de habilidades específicas ao negócio; partindo do princípio de que o ponto central da formação de uma rede compreende que quando organizadas, podem tornar-se mais competitivas. Unidas a um suporte adequado, seu ciclo de vida pode ser prolongado significativamente. O objetivo deste artigo é realizar uma análise teórica, sob a ótica da cooperação entre os diversos organismos que influenciam no desenvolvimento local criado pela EURADA, apontando as possíveis contribuições e os papéis que uma Universidade pode assumir no desenvolvimento de redes de pequenas empresas, e adaptar o modelo à sua realidade.

Palavras-chave: universidades, redes de pequenas empresas, desenvolvimento local.

1. Introdução

Muito se tem estudado a respeito da globalização e seus efeitos mercadológicos, porém o desafio de atender às constantes alterações nas necessidades do mercado, impõe às organizações a busca por novos produtos e processos, o que requer formas inovadoras de gerenciar para melhorar sua competitividade e prolongar seu ciclo de vida.

Os sistemas produtivos e o mercado adquiriram dimensão global. Paulatinamente, as empresas se deparam com novas tecnologias da informação, facilidades de transportes e comunicações, que reforçam a interação entre as organizações, conduzindo-as a um aumento da concorrência nos mercados.

No entanto esta competição, não ocorre de forma isolada, as empresas competem no entorno produtivo e institucional de que fazem parte. Esse processo estimula a formação de uma nova organização do sistema de cidades e regiões, de acordo com a nova divisão internacional do trabalho.

Diante das dificuldades para atender tais exigências, as empresas podem formar alianças estratégicas que visem somar esforços em ações que necessitem de uma produção diferenciada e capacidade de inovar, objetivando assim, sustentar sua viabilidade competitiva.

Este artigo está focado em pequenas empresas, por serem as que apresentam carências de recursos, habilidades e conhecimentos para dominar as etapas da cadeia de valor, além da própria capacitação de gestão. O ponto central da formação de redes de pequenas empresas, parte do princípio de que, quando organizadas, podem tornar-se mais competitivas. Esta organização pode se dar através de alianças, que buscam encontrar e implementar soluções para os seus principais problemas, tais como:

- dificuldade no acesso à insumos, créditos e financiamentos,
- dificuldade no acesso à tecnologia de ponta,
- falta de recursos para pesquisa e desenvolvimento (P&D),
- divulgação e promoção de venda de seus produtos deficiente,
- dificuldade nas negociações com fornecedores e grandes clientes.

Dentre os principais vetores de produtividade e competitividade encontram-se as habilidades dos indivíduos e das organizações em gerar, processar e transformar informações e conhecimentos em recursos econômicos. De acordo com Porter (1999), o conceito de redes de pequenas empresas aponta para os novos papéis das empresas, dos governos e de outras instituições que se esforçam para aumentar a competitividade. Essas outras instituições incluem organizações dedicadas ao treinamento especializado, educação, informação, pesquisa e suporte técnico, como as Instituições de Ensino Superior (IES).

Com o crescimento do número de IES, acredita-se que seus cursos podem auxiliar na constituição de um elo de integração entre empresas locais, disseminando e auxiliando no desenvolvimento de redes de pequenas empresas no Brasil, buscando alcançar os mesmos benefícios advindos de sua aplicação em outros países, como os exemplos de sucesso de associações na Itália. Desta forma as IES's estariam atentando ao seu objetivo maior, contribuir com a sociedade, visando o desenvolvimento local.

Nesta perspectiva, o objetivo deste artigo é apontar as possíveis contribuições e os papéis que uma universidade pode assumir no auxílio às redes de pequenas empresas sob a ótica do desenvolvimento local. O trabalho concentra-se nas Universidades, vez que estas possuem mecanismos de apoio à pesquisa e extensão mais desenvolvidos que as demais IES's.

Com a finalidade de alcançar o objetivo proposto, o artigo está fundamentado da seguinte maneira: inicia-se com uma reflexão sobre as universidades brasileiras, seguida por um aprofundamento dos conceitos de desenvolvimento local e redes de pequenas empresas, na sequência apresenta-se a proposta da *European Association of Development Agencies* (EURADA) e sua adequação à realidade nacional sugerida pelos autores, finalmente, considerações pertinentes ao assunto abordado.

Em termos metodológicos, este estudo consiste de uma pesquisa bibliográfica, cujo levantamento de dados foi direcionado para abordar questões como “universidades”, “desenvolvimento local” e “redes de pequenas empresas”. Buscou-se, desse modo, tecer considerações pertinentes sobre o campo de investigação, com o propósito de propor a adequação do modelo apresentado pelo EURADA à realidade das universidades.

Uma das limitações deste artigo consiste na ausência de consenso entre os autores que pesquisam o assunto. Outra limitação reside no fato que existem poucos casos reais brasileiros.

2.1 Universidades.

As Instituições de Ensino Superior (IES) são sistemas sociais que têm o objetivo de proporcionar o ensino de terceiro grau, a pesquisa e a extensão. Podem apresentar-se sob a forma de instituições isoladas, cuja principal função é o ensino, ou como universidades, que além de ensino devem desenvolver a pesquisa e a extensão (LDB, 2001).

No entanto, a estrutura do ensino superior no Brasil é bastante complexa. A tarefa de aplicação da educação é composta por uma estrutura que abrange Universidades, Centro Universitários, Faculdades Integradas, Faculdades Isoladas, Institutos Superiores ou Escolas Superiores e Centros de Educação Tecnológicos.

De acordo com a Lei n.9.536/97, artigo 52, “as universidades são instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano”. Têm como característica principal a “produção intelectual institucionalizada, mediante o estudo sistemático dos temas e problemas mais relevantes, tanto do ponto de vista científico e cultural, quanto regional e nacional”, conforme a Lei de Diretrizes e Bases (LDB) da Educação Nacional (2001, p.58).

Segundo Bordignon (2000), a Universidade é uma instituição legitimada pela sociedade para a formação profissional e técnica. Por sua vez, Ristoff *apud* Bordignon (2000) entende que as universidades foram criadas pela sociedade para que esta pudesse melhor ajustar-se a si própria, contribuindo para a formação do ser humano em sua totalidade. O autor coloca que não basta a ciência ser rigorosa, ela deve estar orientada ao benefício da sociedade; e ainda, não basta a universidade ser útil, ela tem que ser também justa, do ponto de vista social.

Na visão de Pogere (2000), a universidade tem como finalidade a prática pedagógica, além de atender às aspirações da sociedade, que busca nela respostas para as inquietações constantes deste mundo marcado pela incerteza e pela competição. As universidades devem formar cidadãos conscientes de seu papel na sociedade, de seus deveres e de seus direitos.

Assim, as universidades realizam uma troca simultânea com a sociedade, uma vez que em seu meio encontram-se pessoas com os mais diversos interesses e aspirações. Para Belloni *apud* Bordignon (2000, p.216) a universidade é “o espaço promissora e crítico, não conformista e aberto à inovação e à transformação do espaço social”. Esta afirmação evidencia o papel social desempenhado pela universidade, e para manter este papel, é preciso que todos os seus integrantes tenham a consciência de sua importância social.

No Brasil, segundo dados do Censo de 2003, (INEP, 2005) haviam em funcionamento, 1.859 instituições, sendo 163 universidades. Neste sentido, é importante destacar que o Censo 03 revela que embora as universidades brasileiras representem apenas 8,8% do conjunto das instituições, constituem 58,5% das matrículas. Em razão da importância assumida pelas universidades brasileiras, o presente artigo está baseado no papel que elas representam no desenvolvimento local. O tema justifica-se à medida que, com uma atuação estratégica, as universidades podem auxiliar pequenas organizações oferecendo suporte especializado nas áreas que as mesmas possuem carências ou limitações, agindo assim, diretamente no desenvolvimento sócio-econômico local.

2.2 Desenvolvimento Local e as Redes Flexíveis de Pequenas Empresas

As empresas tem um compromisso com a melhoria do espaço onde estão inseridas. Entende-se território como um agente de transformação, que utiliza recursos e atividades econômicas como suporte, e onde existe um incrível dinamismo nas relações intra e inter empresariais, organizando-se para desenvolver a economia e a sociedade.

Alguns autores consideram crescimento como sinônimo de desenvolvimento, justificando que os países não crescem e conseqüentemente ficam no grupo dos subdesenvolvidos porque não utilizam integralmente seus fatores de produção. Para outros autores o crescimento é condição indispensável para o desenvolvimento econômico, e por isso não podem ser confundidos. Kuznets (1971) já afirmava que a capacidade de crescimento baseada no avanço tecnológico exige ajustes institucionais e ideológicos.

De acordo com Kindleberger e Herrick (1977), para que haja desenvolvimento é necessário que haja crescimento. Souza (1995) e Haddad (2002), argumentam que o crescimento é uma variação quantitativa enquanto desenvolvimento é uma variação qualitativa no modo de vida das pessoas, nas instituições e nas estruturas produtivas.

Segundo o Boisier (1993) o processo de desenvolvimento de uma região, dependerá da sua capacidade de organização social, este processo ocorre através de uma complexa malha de instituições e agentes de desenvolvimento, articulados por uma cultura local e por um projeto político regional adequadamente delineado.

No processo de gerar desenvolvimento econômico, de acordo com Andrade (1997), existem dois vetores bem definidos, o do desenvolvimento “do centro para baixo” e o do desenvolvimento de “baixo para cima”. Conforme Barqueiro (2001) enquanto o primeiro vetor, denominado pelo autor por desenvolvimento exógeno, explica o desenvolvimento como resultado de estruturas urbano-industriais centralizadas geograficamente. O segundo vetor, desenvolvimento endógeno, privilegia o papel dos organismos locais (produtivos, sociais e culturais) para a execução do planejamento regional, e conseqüentemente as pequenas e médias empresas existentes, bem como *star-ups* de pequeno porte.

Para que o desenvolvimento econômico ocorra, Barqueiro (1999) diz ser necessário ativar os fatores determinantes dos processos de acumulação de capital, ou seja, a criação e difusão de inovações no sistema produtivo, a organização flexível da produção, geração de economias de aglomeração e de economias de diversidade e o fortalecimento das instituições. Desta forma, desenvolvimento é uma estratégia para a ação e pode ser visto como um processo de crescimento econômico e de mudança estrutural, liderado pela comunidade local ao utilizar seu potencial de desenvolvimento, que leva à melhoria do nível de vida da população.

Novas empresas que entram num mercado trazem nova capacidade, o desejo de ganhar parcela de mercado e muito freqüentemente recursos substanciais. Como resultado, os preços podem cair ou os custos dos participantes podem ser inflacionados, reduzindo assim, a rentabilidade de todos (PORTER, 1986). Entretanto, quando há um ambiente de rede organizado as conseqüências negativas para as organizações podem ser minimizadas.

Devido à competitividade e à consciência da necessidade de atuação conjunta entre as pequenas empresas, que visam tornar-se eficientes e competitivas, surge a perspectiva de atuação em redes organizadas e/ou sistemas cooperativos. De uma forma mais genérica, Alstyne (1997) define rede como um padrão de relações sociais de um conjunto de pessoas, posições, grupos ou organizações.

Para Britto (2002, p. 349) “rede de empresa pode ser referenciada a um conjunto organizado de unidades de produção parcialmente separáveis, que operam com rendimentos crescentes”. Na perspectiva do autor, a cooperação entre empresas pode ser subdividida em três dimensões relevantes: a técnico produtiva (divisão do trabalho), a inter-organizacional, e a tecnológica.

Na bibliografia pertinente à aglomerações industriais, existe uma ampla configuração de redes de cooperação entre empresas. A configuração que os autores tem apresentado com maior destaque é a dos arranjos sob forma flexível de empresas que atuam num mesmo ramo. Em virtude de seu pequeno porte, podem se unir para aproveitar uma gama de finalidades, como a divisão do trabalho, aproveitando as competências técnico/produtivas, em razão da busca por novos mercados, dentro de outras oportunidades.

As redes aqui tratadas correspondem às redes horizontais de pequenas empresas, que de acordo com a definição de Balestrin, Vargas e Fayard (2005), apresentam as seguintes características:

- reúnem um grupo de empresas que situam-se geograficamente próximas;
- operam em um segmento específico de mercado;
- estabelecem relações horizontais e cooperativas entre seus atores;
- são formadas para um indeterminado período de tempo;
- prevalecem relações de mútua confiança entre as empresas; e
- são estruturadas a partir de mínimos instrumentos contratuais que garantam regras básicas para sua coordenação.

Segundo Cunha (2003), as posições exercidas pelas empresas no interior das redes ou dos aglomerados industriais e as ligações estabelecidas determinam as peculiaridades e as dimensões da divisão do trabalho. Assim, para que fique caracterizada a existência de uma rede é imprescindível que haja conscientização da interdependência das empresas envolvidas.

Entretanto, uma das maiores dificuldades na criação de redes é a questão da confiança, indispensável em relações de interdependência. A confiança, embora não possa ser criada, pode ser encorajada através de uma estrutura ou de um contexto adequado. Na visão de Balestrin, Vargas e Fayard (2005, p. 56) existem algumas características no contexto de PME que formam um ambiente adequado para geração de confiança entre as empresas, tais como:

Quando as empresas compartilham e discutem informação sobre mercados, tecnologias e lucratividade; quando há suficiente similaridade entre processo e técnicas das empresas e, assim, cada uma poderá entender e julgar o comportamento das outras; quando as relações são estabelecidas a longo prazo; quando existe pouca diferença entre tamanho, poder ou posição estratégica; quando há uma periódica rotação de lideranças para representar o conjunto de empresas; quando há similar recompensa financeira para as empresas e empregados; e quando se alcança uma vantagem econômica pela experiência coletiva das empresas, pelo aumento das vendas e pelos ganhos marginais.

Apesar das dificuldades apontadas, de acordo com Masutti (2005), um modelo de organização em rede de pequenas e medias empresas possui inúmeras vantagens, incluindo: diluição do risco e compartilhamento de recursos para evitar a duplicação onerosa de esforço independente; maior flexibilidade; maior acesso ao *know how* e às informações por meio de relações entre colaboradores. As universidades podem desempenhar um papel significativo como um dos mais importantes colaboradores no desenvolvimento e suporte de redes.

2.3 Proposta de Redes de Pequenas Empresas da EURADA e a Readequação dos Papéis das Universidade no Desenvolvimento Local.

A EURADA (2005) questiona o papel que as organizações de treinamento e seus diferentes parceiros desempenham no contexto no qual estão inseridos. E apresenta um modelo ideal de cooperação, existente na comunidade europeia, de apoio e suporte a Redes de Pequenas empresas, entre os diversos organismos, em busca de minimizar as carências encontradas pelas mesmas em toda cadeia de valor.

Em sua proposta esta entidade entende que as diferentes organizações de apoio e suporte têm função bem definida no processo de desenvolvimento local. Como pode ser observado na figura 01, onde se apresenta a roda do desenvolvimento local em rede de pequenas empresas, intitulada de grupo ALMI, a qual resume as diferentes responsabilidades das organizações que contribuem com apoio e suprimentos mercadológicos para a geração de novos empreendimentos.



Figura 01. Roda do Desenvolvimento Local em Rede de Pequenas Empresas.

Fonte: Adaptado de Goran (2002) *apud* EURADA (2005).

Ao questionar o papel destes organismos de apoio, o mesmo documento enfatiza que as universidades e outras instituições acadêmicas são centros de criação e fomento de mão-de-obra qualificada e um reservatório de inovação, frequentemente insuficiente e/ou ineficiente. Seus papéis estão conectados, inadequadamente, às esferas sociais e econômicas locais.

O ensino superior brasileiro é caracterizado por reformulações e pela presença de fatores que conduzem a uma adequação das exigências da sociedade do conhecimento, onde o capital humano é valorizado a partir de sua capacidade de explorar suas qualidades intelectuais. O empreendedorismo se apresenta como uma possibilidade para a localização profissional dos jovens em relação à construção de um futuro transformador, não apenas no plano individual, mas também levando em conta o meio em que vive e a realidade na qual pretende operar.

Para EURADA (2005), o dinamismo regional é medido pela taxa de criação de novos empreendimentos com um potencial genuíno para crescimento e inovação. A disciplina de empreendedorismo, presente na maioria dos cursos superiores, busca a minimização das carências relacionadas às habilidades necessárias para uma atuação empreendedora. Para aumentar assim, no processo de formação, as chances de sucesso e sobrevivência de jovens empreendedores.

Segundo pesquisa do SEBRAE Nacional (2004), no Brasil, aproximadamente 50% das empresas com até dois anos de existência são fechadas. Entre os problemas levantados pela pesquisa, os empresários entrevistados associaram seu fracasso, com os seguintes problemas – em ordem de importância: falta de capital de giro, falta de clientes, problemas financeiros, maus pagadores, falta de crédito, crédito bancário, recessão econômica, local inadequado, falta de conhecimentos gerenciais. Este fato corrobora a proposta aqui apresentada, pois as universidades possuem condições de oferecer suporte e *mentoring* a estas empresas.

As universidades podem ainda oferecer a empreendedores potenciais, um suporte de serviços de acordo com suas necessidades, incluindo principalmente, mas não exclusivamente, treinamentos de administração, para iniciar um negócio, gerenciamento, introdução para experiência ou excelência. Obstáculos administrativos inevitáveis podem ser superados com sucesso se as *star-ups* receberem suporte de especialistas.

Alguns cursos da área de Ciências Sociais Aplicadas possuem disciplinas destinadas a realizar a análise de viabilidade mercadológica e análise econômica-financeira de novos empreendimentos. É uma possibilidade para os alunos trabalharem com exemplos locais reais, bem como, possíveis empreendedores e investidores obterem estudos desenvolvidos por alunos assessorados por professores especializados no assunto.

As universidades podem auxiliar os empresários a estar completamente informados sobre os parâmetros de decisão usados por cada tipo de financiamento e seus possíveis acessos. Convém salientar que os empreendimentos têm diferentes necessidades financeiras, de acordo com o ciclo de vida organizacional, e deve ser feita uma cuidadosa análise custo x benefício. Os serviços de suporte adicional podem incluir uma ampla visão de produtos para capitais de risco, garantias e esquemas de crédito, em taxas disponíveis para *star-ups* e ainda pequenas empresas (LEAL e PRATES, 2005).

Entretanto, faz-se necessária uma contrapartida. As empresas devem disponibilizar investimentos internos para acompanhar a evolução dos concorrentes, as alterações no gosto do consumidor, e as novas exigências que o mercado em geral lhe impõe. De acordo com a EURADA (2005), uma alternativa para estes investimentos são os projetos alternativos relacionados à melhoria de desempenho de um segmento regional, que podem ser desenvolvidos em parcerias com a Universidade.

Tais projetos buscam melhorar o desempenho de um segmento regional através da inovação e transferência de tecnologia. Inovação e tecnologia são elementos geradores de mudanças que não se relacionam apenas com questões de ordem técnico-científica, mas que apresentam também dimensões de ordem política, econômica e sócio-cultural. Na visão de Casagrande (2004), para a introdução de novos produtos ou serviços necessita-se ser criativo,

paradigmático, experimentalista, sistêmico, interdisciplinar, insatisfeito e ousado por natureza, características presentes no ambiente acadêmico. Assim, inovação tecnológica e design se confundem à medida que estes buscam desenvolver processos e produtos na construção de um diálogo entre tecnologia e sociedade, tendo como base o processo criativo humano.

A rede e seus parceiros precisam estar motivados e conscientes da necessidade e utilização do design, uma ferramenta que promove a adequação ao uso, a funcionalidade e a identificação visual, agregando valor a produtos e serviços. Em artigo da revista *Empreendedor* (fev/2005), é abordado o agrupamento de pequenas e médias empresas para romper barreiras e gerar oportunidades, nesta análise a imposição de um design é vista como um fator preponderante para agregar valor ao produto e diferenciar a produção.

Com um design definido, que caracteriza o produto regionalmente, desde que o mesmo apresente qualidade, os próximos passos são os serviços de suporte que possibilitem a internacionalização dos produtos, ou seja, a conquista do mercado externo. Neste caso a universidade age na promoção da rede e no ganho de competitividade orientado para a penetração em específicos mercados externos.

Desde que haja cooperação entre as empresas, elas podem atuar de forma conjunta também para atender a demanda de grandes pedidos, advindos do comércio exterior, ou ainda para redes mercadistas nacionais. A universidade através de técnicas de liderança, tem condições de influenciar na conscientização da cooperação. Outra ação possível consiste em identificar a *core competence* de cada uma das empresas filiadas à rede.

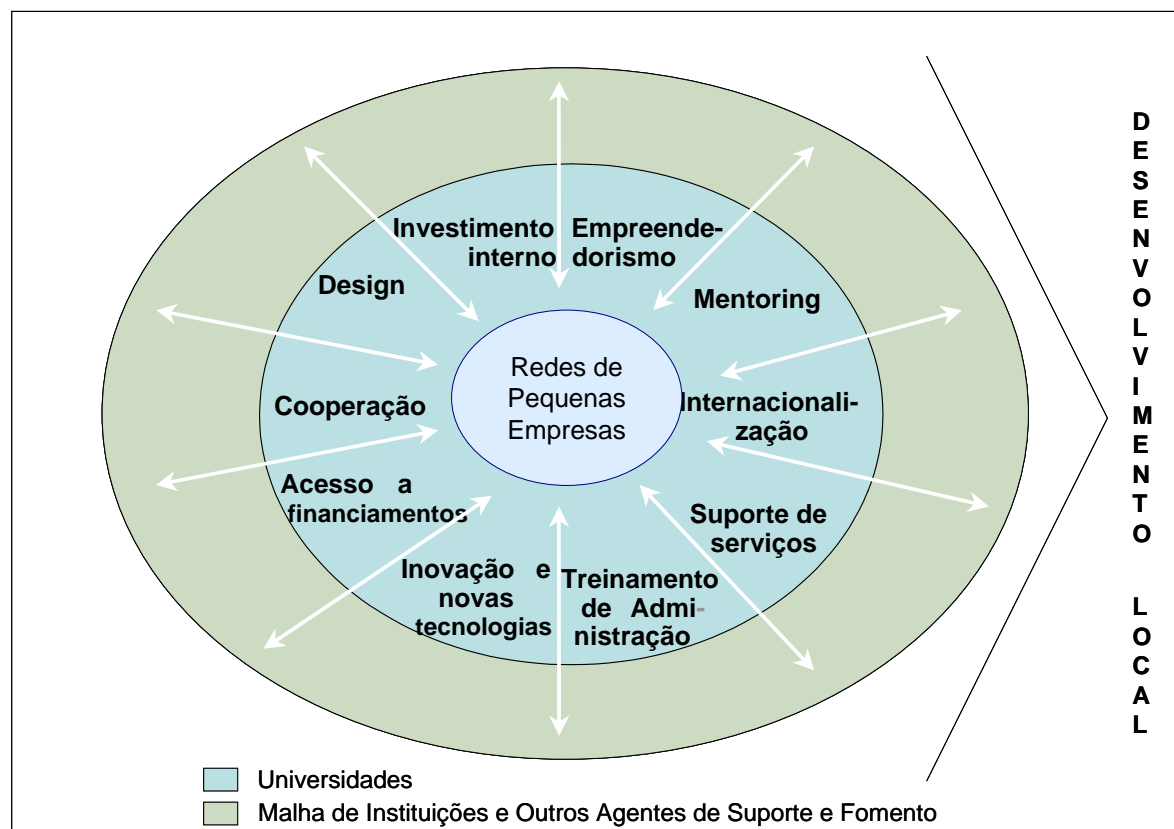


Figura 02. O Suporte das Universidades nas Redes de Pequenas Empresas e no Desenvolvimento Local.

Tendo em vista as considerações apresentadas anteriormente, os autores deste artigo propõem uma adequação do modelo desenvolvido pela EURADA, à realidade brasileira, considerando que as universidades podem assumir importante papel na formação de profissionais que atuaram nas organizações, além de servir de mecanismo de suporte às diferentes necessidades, aumentando sua permanência no mercado, conforme pode ser observado na figura 02.

O conceito de redes de pequenas empresas representa uma nova maneira de pensar as economias nacionais, estaduais e urbanas e aponta para os novos papéis das empresas, dos governos e das instituições que buscam o desenvolvimento sócio econômico de suas regiões, e na figura 02 encontram-se intitulados por malha de instituições e outros agentes de suporte e fomento.

A universidade tem a responsabilidade de formar uma massa crítica altamente especializada que interfira no desenvolvimento sócio econômico de sua região, alcançando um considerável progresso social. Devem agir na formação de empreendedores, fornecendo suporte a serviços e, treinando os empresários e seus colaboradores para o uso das práticas administrativas (planejamento, plano de negócios, finanças, compras, vendas, logística, etc.). Investimentos em P&D, Centros de Inovação, novas tecnologias e design são mecanismos para o aumento de produtividade e competitividade que as universidades dispõem, geralmente, com muita competência. Podem auxiliar ainda, no processo de internacionalização e cooperação entre empresas, auxiliando-as na elaboração de contratos, viabilidade de exportações, estabelecimento de parcerias, entre outras atividades.

Também é possível contribuir na análise e planejamento de investimentos internos, além de auxiliar na decisão pelo melhor meio de financiamento externo. Ou seja, as universidades podem atuar como *mentoring* para melhorar o para melhorar o fluxo de informações, transferir conhecimento e experiência, melhorar o gerenciamento (com o uso de benchmarking), compartilhar custos ou riscos, agrupando forças, identificando economias de escala, etc.

Contudo há que se salientar que as outras instituições e agentes de suporte e fomento podem contribuir, e muitas vezes atuam ativamente, com as atividades relacionadas anteriormente, ora isolada, ora concomitantemente, de modo a permitir maior integração no processo de desenvolvimento local.

Considerações Finais

Diante do exposto pode-se afirmar que uma rede envolve uma forma de comportamento associativista entre organizações, para que desta aliança consigam aumentar a produtividade, expandir seus mercados, difundir conhecimentos e habilidades, exigindo grande dinamismo das organizações. Neste sentido são as pessoas que viabilizam as mudanças necessárias à adequação da nova realidade social. O ensino superior hoje tem a incumbência de auxiliar na formação de pessoas capazes de inovar e de acompanhar o ritmo das mudanças atuais, conquistando resultados importantes para si próprio e para o meio social no qual está inserido.

Por considerar que as instituições do saber devem disseminar conhecimentos e habilidades técnico-produtivas e administrativas, necessárias tanto para criação de *star-ups* como para a vitalidade das empresas já constituídas, se propôs esta readequação ao modelo de desenvolvimento local proposto pela EURADA. Acredita-se que uma vez que as universidades atuem mais intensamente com as redes de pequenas empresas, agindo na formação das pessoas que irão, direta ou indiretamente, participar deste mercado elas estariam cumprindo com o papel social para o qual foram criadas.

A contribuição vai além da capacitação das pessoas que trabalham nas organizações, resultando em aprimoramento e desenvolvimento de novos processos, de novas tecnologias, novas ferramentas, facilitando a tomada de decisão gerencial e ajudando a manter o foco nas necessidades do cliente. Acredita-se que combinando ações nestes três fatores (pessoas, processos e resultados) as universidades e as outras instituições e agentes forneçam o suporte e fomento necessários ao sucesso das redes de pequenas empresas, criando um ambiente de aprendizagem contínua.

Finalmente, reflexão e ação são necessárias sobre o papel que organizações educacionais podem ter no desenvolvimento social e econômico local, por causa de sua presença, como também o ímpeto que elas podem fornecer, e o papel que podem cumprir na identificação, iniciação e desenvolvimento de redes de pequenas empresas, de acordo com a cultura regional. As alianças entre pequenas empresas podem ser consideradas um fenômeno irreversível, e talvez, seja a maneira que as pequenas empresas possam assegurar sua sobrevivência e crescimento e a sociedade garantir seu desenvolvimento social e econômico.

Referências:

ANDRADE, Manuel C. de. Herança de diferenciação e futuro de fragmentação. **Estudos Avançados**. São Paulo, v.11, no. 29, p.2-36, quadrimestral, jan. 1997

ALSTYNE, VAN M. **La era del trabajo en redes**. Oxford, Nova York: 1997. Oxford. University Press.

BALESTRIN, A.; VARGAS, L. M.; FAYARD, P. **Criação de conhecimento nas redes de cooperação interorganizacional**. RAE Revista de Administração de empresas – vol 45, nº. 3 – julho/setembro 2005. 52-64.

BARQUEIRO, Antonio Vázquez. **Desarrollo endógeno y globalización**. EURE (Santiago) vol.26 n.79 Santiago Dec. 2001.

_____. **Dinámica productiva y desarrollo urbano**: La respuesta de la ciudad de Vitoria (País Vasco) a los desafíos de la globalización. *EURE (Santiago)*, mayo 1999, vol.25, no.74, p.19-33. ISSN 0250-7161.

BOISER, Sergio. **Post-scriptum sobre desenvolvimento regional**: modelos reais e modelos mentais. São Paulo: IPEA, 1993. disponível em www.ipea.gov.br

BORDIGNON, Neusa. **A trajetória histórico-institucional da Unoesc: legitimidade e perspectivas**. Florianópolis: dissertação de mestrado: 2000.

BRITTO, Jorge e ALBUQUERQUE, Eduardo da Motta. **Características estruturais de clusters industriais**. Niterói: UFF, 2002. Mimeografado.

CASAGRANDE Jr., Eloy Fassi. **Inovação Tecnológica e Sustentabilidade**: possíveis ferramentas para uma necessária interface. Revista Educação e Tecnologia, vol.8 Setembro/2004. disponível em www.ppgte.cefetpr.br, acesso em 26/set/2005.

CUNHA, Idaulo José. **Agglomerados industriais de economias em desenvolvimento: classificação e caracterização**. Florianópolis: Edime, 2003.

EURADA. **How to be an Entrepreneurial Region for the Next 10 years?**. EURADA European Association of Development Agencies. <<http://www.eurada.org/workingdoc.php>> acesso em 20/julho/2005.

HADDAD, Cláudio. **O negocio da educação e a educação para os negócios.** HSM Management, n. 30, ano 05, jan/fev 2002.

INEP/MEC. Censo de Educação Superior 2003. <http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior> acesso em 11/08/2005.

KINDLEBERGER, C. P.; HERRICK, B. **Economic development.** 3 ed. McGraw-Hill, 1977.

KUZNETS, S. **Modern economic growth: finding and reflections.** Nobel Lecture, 1971.

LEAL, Ricardo. P. & PRATES, Cláudia. P. T. **Algumas Considerações sobre os Determinantes da Estrutura de Capital nas Empresas Brasileiras.** Revista do BNDES, Rio de Janeiro, V.12 N.23 p.201-218. Jun. 2005.

LDB - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira. Legislação e Normas da Pós-graduação Brasileira. Brasília: FUNADESP, Julho 2001, p.58.

MASUTTI, S. L. **Metodologia para formação e desenvolvimento de redes flexíveis interorganizacionais.** Tese de Doutorado, PPGEP / UFSC, 2005.

POGERE, Neli E. A. **Delineamento de um sistema de informações integrado entre as unidades da universidade do contestado-UnC no âmbito acadêmico de cursos de graduação.** Dissertação em Administração, da UFSC, Florianópolis, dez. 2000.

PORTER, M. E. **Competição, On competition: estratégias competitivas essenciais.** Rio de Janeiro: Campus, 1999. 515p.

_____. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** 7ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

Revista Empreendedor. **Um comboio rumo ao desenvolvimento: o agrupamento de pequenas e médias empresas que serve para romper barreiras e gerar oportunidades.** (fev/2005), acesso em 02/agosto/2005. <http://www.empreendedor.com.br/P/Editorial/>

SEBRAE Nacional. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil.** Relatório de pesquisa. Brasília: Sebrae, Ago. 2004.

SOUZA, Paulo N. P. de. **Estrutura e funcionamento do ensino superior brasileiro.** São Paulo: Pioneira, 1995.