

O Acesso à Informação pelas PMEs em meio não-metropolitano: Uma Comparação Brasil-Quebec

André Joyal, Laurent Deshaies e Dante Martinelli*

Palavras-Chaves : Informação, não-metropolitano, PME, exportação, comparação Quebec-Brasil

Resumo :

O futuro das regiões não-metropolitanas parece mais favorável graças à redução dos custos das transações que permitem a ativação de novas redes de informação. É o que este trabalho busca demonstrar, com o auxílio da comparação de duas amostras de PMEs pertencentes a duas regiões não-metropolitanas, uma localizada no centro do Quebec, e outra no nordeste do estado de São Paulo (Brasil).

Tratava-se de verificar se os resultados obtidos junto a PMEs quebequenses localizadas em ambiente não-metropolitano, no que se refere ao acesso às informações, seriam confirmados no Brasil. As PMEs brasileiras são muito diferentes das suas contrapartidas quebequenses? Quais são as semelhanças entre os dois grupos, no plano do uso de recursos e das práticas inovadoras? A existência de dois ambientes não-metropolitanos bastante diferentes explica as distinções observadas?

Em seu conjunto, graça a este estudo, observam-se antes semelhanças que diferenças, no que se refere ao uso de diferentes fontes de informação e à importância relativa que elas têm para as empresas das duas amostras. O apoio oferecido às empresas brasileiras é menos favorável que o oferecido às suas contrapartidas quebequenses. Portanto, lhes é preciso compensar, através de consultorias, os contatos com outras PMEs e os atores socioeconômicos. As maiores diferenças são observadas no capítulo da exportação e do recorrer às fontes governamentais e às feiras comerciais.

=====

É freqüentemente aceito que as PMEs em ambiente não-metropolitano, ou seja, afastado dos grandes centros urbanos, em geral atuam em áreas que costumam gerar um baixo valor agregado, utilizando intensamente uma mão-de-obra pouco qualificada e sofrendo de modo endêmico um problema de sub-financiamento. Os setores de atividade mais freqüentemente encontrados estão ligados à alimentação ou à primeira transformação de produtos alimentares, à transformação sumária de madeira, e à mecânica pouco elaborada (Drabsentott & Henry, 1996). De acordo com Falcone, Allen e Vatter (1996). Essas empresas se vêm prejudicadas

* * André Joyal e Laurent Deshaies são professores na Université du Québec à Trois-Rivières (Universidade do Quebec em Trois-Rivières), e membros da INRPME; Dante Martinelli é professor da Universidade de São Paulo em Ribeirão Preto (Brasil).

por um isolamento que as mantém afastadas das grandes redes de informação, bem como das fontes de apoio oferecidas por vários órgãos de suporte, em geral concentrados nas regiões metropolitanas. Essas PMEs são freqüentemente marcadas por uma grande necessidade de informação sobre a evolução dos mercados e das novas tecnologias, e buscam cada vez mais recorrer a outras empresas (*outsourcing*) para satisfazer suas necessidades.

Contudo, mencionando o que o costume designa cada vez mais como sendo a “nova economia”, em que a informação tende a se impor como o principal fator de produção, a situação dessas empresas evoluiu sensivelmente nos últimos anos. Desse modo, mesmo que as empresas continuem atuando nos mesmos setores de atividade, bom número delas conseguiu romper seu isolamento e, graças ao uso de recursos externos, apresentam uma cara nova, e recorrem a equipamentos de ponta para melhorar ou diversificar sua linha de produtos. Desse modo, essas PMEs estão prontas para enfrentar os novos desafios apresentados por um mercado cada vez mais globalizado.

Nossos trabalhos mais recentes (Joyal & Deshaies, 1996, 1997, 1998, 2000a), realizados com PMEs rurais do Quebec central, demonstram a existência de tais empresas, associadas por Malecki (1995) ao setor “manufatureiro complexo”. Nossas observações concordam com os resultados obtidos por Nelson (1998), que após estudar regiões não-metropolitanas (*exurban countryside*) dos Estados Unidos, demonstrou que elas crescem em um ritmo mais elevado que as regiões metropolitanas. Um fenômeno explicado pelo fato de as economias de acumulação não terem mais, nos dias de hoje, a importância de antigamente.

Em conseqüência, acreditamos que o futuro das regiões não metropolitanas parece mais favorável que nunca, graças à redução dos custos das transações, o que permite a ativação de novas redes de informação. É o que este artigo procura demonstrar, com o auxílio da comparação entre duas amostras de PMEs pertencentes a duas regiões não-metropolitanas, uma situada no centro do Quebec, e a outra no norte do estado de São Paulo (Brasil). A escolha do Brasil como local de pesquisa se deveu ao fato de o Institut de recherche sur les PME da Université du Québec à Trois-Rivières e um dos autores da presente pesquisa mantêm laços de pesquisa há vários anos com pesquisadores brasileiros. Nesse estado, as PMEs são responsá-

veis por não menos que 40,7% dos empregos, de acordo com a Sebrae (1998), e representam 50% do conjunto de PMEs do país. Contudo, no que se refere à dimensão exportação, sua contribuição ao conjunto nacional de PMEs brasileiras não excede 36% do valor das exportações brasileiras. No conjunto, as PMEs brasileiras exportam pouco. Dentre as PMEs exportadoras, 53% concentram suas atividades internacionais em um único país, e apenas 9 % exportam para cinco ou mais países (Sebrae, 1998).

De modo mais específico, o objetivo desta contribuição é verificar se os resultados obtidos junto às PMEs quebequenses, no que se refere ao acesso à informação, se confirmam no contexto de um país em vias de desenvolvimento. Foi constatado que as PMEs quebequenses em ambiente não-metropolitano são inovadoras, conectadas às redes de informação, e proativas quanto às suas pesquisas de informação (Joyal e Deshaies, 2000a; Deshaies e Joyal, 2000). O que há para as PMEs em um país em vias de desenvolvimento, especificamente, o Brasil? As PMEs brasileiras são muito diferentes dos seus equivalentes quebequenses? Quais são as semelhanças entre os dois grupos, nos níveis do uso de recursos externos e práticas inovadoras, de acordo com o status da informação?

Para responder essas perguntas, em um primeiro momento procuraremos especificar as noções de recursos externos e ambiente não-metropolitano. Em seguida, será apresentada a descrição da metodologia e das duas amostras de PMEs. Por fim, a análise dos resultados tratará de dois aspectos relativos ao acesso à informação: os recursos externos e as práticas inovadoras das PMEs exportadoras e não-exportadoras.

1_ O Uso de Recursos Externos

Esse uso das redes de informação depende em grande parte da vontade do proprietário-dirigente. No que se refere à conquista de mercados, as empresas de pequenas dimensões dependem da determinação e da experiência do empresário. Como demonstram Julien e Morin (1995), a experiência desse último lhe permite gerir melhor as informações a que tem acesso. Uma constatação que vai ao encontro da afirmação de Miesenbock (1988), ao afirmar que quem toma decisões, havendo o dirigente, representa a variável-chave no caminho para a internacionalização das pequenas empresas. Cabe a ele decidir quando é conveniente se interessar pelo mercado estrangeiro, aumentar as vendas nesse mercado, ou, ao contrário, quando encerrar sua participação. Um estudo mais recente de Julien et al (1998) demonstra que o proprietário-dirigente é o responsável pelas principais decisões, em quase metade das PMEs estudadas. Um resultado que confirma as observações de Eskelinen e Vatne (1996),

para quem as habilidades do empresário em estabelecer e desenvolver “relações sociais” com outras empresas favorece o acesso a todo tipo de recurso externo, informações não-disponíveis no mercado, know-how para melhorar a capacidade de exportar.

Contudo, é importante assinalar que o interesse pelos recursos externos não se limita ao campo da exportação. Vários autores destacaram a importância das relações comerciais ou das redes de contatos no estudo do fenômeno empresarial (Dollinger, 1985; Lorrain, Belley e Ramangalahy, 1994, Héraud e Nanopoulos, 1994). Se alguns falam de “redes de relações externas”, outros se referem a fontes de informação. No caso abordado, preferimos a definição utilizada por Eskelinen e Vatne (1996), levando-se em conta que sua definição de recursos externos se enquadra na realidade quebequense. E demonstramos que o mesmo ocorre no norte do estado de São Paulo.

À luz desses estudos, e de uma análise de vários outros (Guérard, 2000), foram identificadas treze categorias de recursos externos passíveis de serem utilizados pelas PMEs. Algumas dessas fontes são do tipo que oferece tanto informações sobre os obstáculos de adaptação, como sobre as oportunidades de mercado e a melhoria das competências. As categorias dos recursos externos conservados tanto para a pesquisa brasileira como para o estudo quebequense são apresentadas na tabela 1.

Tabela 1: Categorias dos Recursos Externos Conservados

-
1. Clientes
 2. Fornecedores
 3. Terceirizados
 4. Associação Setorial
 5. Comissariado Industrial (hoje: Centro Local de Desenvolvimento)
 6. Órgãos Socioeconômicos
 7. Órgãos Governamentais
 8. Feiras Comerciais
 9. Consultores Privados
 10. Meios de Informação Escritos/Eletrônicos
 11. Centros de Pesquisa
 12. Redes de Empresas
 13. Contatos Informais
-

Considerando-se a presença nas duas amostras, quebequense e brasileira, de empresas exportadoras e não-exportadoras, considera-se pertinente mencionar o estudo de Brooks e Rosson (1982), que verificaram junto a empresas manufatureiras de Ontário, da Nova Escócia e do Novo Brunswick, a hipótese de que as empresas exportadoras seriam mais ativas na pesquisa de informações por ocasião dos negócios. Desse modo, foi demonstrado que as empresas exportadoras utilizavam mais as associações profissionais, os contatos pessoais com dirigentes de outras empresas e, naturalmente, os agentes de auxílio à exportação. Por sua vez, Cavusgil e Naor (1987), a partir de uma amostra de empresas americanas, demonstraram as diferenças de comportamento relativas a determinadas variáveis organizacionais, entre empresas exportadoras e não-exportadoras. Dentre as fontes de informação mencionadas por esses autores, apenas três apresentaram um caráter diferenciador entre os dois grupos de empresas: o Departamento do Comércio, as agências governamentais, e os contatos com dirigentes de outras empresas.

Do lado brasileiro, Ferstenseifer et al (1996) revelam que para as PMEs que trabalham no setor eletrônico, predominam as informações vindas de outras empresas, e que os fornecedores não desempenham um papel determinante. Menezes e Almeida (1996) destacam a falta de informações, por parte das PMEs brasileiras, referentes principalmente à situação dos concorrentes. Os dirigentes de empresa não saberiam da existência de fontes de informação, por falta de pessoal para realizar a pesquisa e, em seguida, a consulta. Por fim, mencionamos que Ulharruzo e Ferstenseifer (1996) destacam a existência de várias redes de informações passíveis de exercer uma influência positiva nas PMEs de um país em vias de desenvolvimento. Foram identificados laços particularmente fortes com os clientes e os fornecedores, ao contrário do estudo mencionado anteriormente, e os centros de pesquisa, considerando-se as transferências de tecnologia.

Por fim, é oportuno mencionar o estudo de Bannock e Partners (1987), que mostraram que as empresas não exportadoras utilizam mais fontes como associações, câmaras do comércio, bancos e redes de amigos. Seu estudo mostra que quanto mais as empresas se tornam experientes em exportar, mais se tornam seletivas na escolha das suas fontes. É saindo do seu ambiente imediato que o empresário supera a deficiência representada pelo afastamento dos grandes centros urbanos.

2_ A PME Não Metropolitana

Os dados do ex-ministro quebequense da indústria, do comércio e da tecnologia (1995) demonstram que as PME's manufatureiras são responsáveis por mais da metade dos empregos manufatureiros em diversas regiões administrativas do Quebec. Contudo, a posição relativa da PME manufatureira em regiões não-metropolitanas permanece marginal. De acordo com essa mesma fonte, essa situação se explica pelos seguintes fatores:

- a fraqueza do mercado regional;
- afastamento das outras regiões do Quebec. Pensa-se aqui nos custos de transporte implícitos tanto para o abastecimento como para a expedição;
- a ausência de mão de obra especializada. As regiões sofrem penúria de engenheiros e trabalhadores qualificados. As PME's seriam obrigadas a recorrer aos serviços de consultores de fora da região;
- a ausência de pesquisa e desenvolvimento. Vê-se aqui uma relação com as dificuldades para obter mão de obra especializada (Deshaies e Joyal, 2000b).

As outras dificuldades mencionadas, que representam uma desvantagem para as PME's em ambiente rural, referem-se ao acesso ao capital de risco, à ausência de empresas de serviços, à distância dos órgãos governamentais de pesquisa, e à inexistência de uma cultura empresarial. Em que medida essas desvantagens tornam-se realmente importantes, em um contexto em que a informação se torna um dos principais fatores de identificação para toda empresa que se pretende inovadora e dinâmica? Para responder essa pergunta, de início foi necessário um consenso sobre o conceito de empresa não-metropolitana. Em consequência, nos baseamos em escritos sobre o ambiente rural, em particular os da Organisation de Coopération et de Développement Économique (Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico), para o qual as zonas rurais englobam a população, o território e outros recursos do campo e dos pequenos centros de povoamento localizados fora da esfera de influência econômica direta dos grandes centros urbanos (OCDE, 1990). Também levamos em consideração os trabalhos de Goffette-Nagot e Schmitt (1998), que definem o meio rural como um espaço de baixa densidade em população, empregos e construções, ou ainda como um espaço amplamente coberto por zonas agrícolas, florestais ou naturais, dentro das quais há descontinuidade na ocupação do espaço pelo homem. Segundo os autores, devido à configuração das redes de transporte, esse meio costuma ter pouco acesso aos diferentes pontos do território.

Nos Estados Unidos, a definição mais comum de meio rural é utilizada para o conjunto de zonas com aglomerações de menos de 5.000 habitantes localizadas longe dos grandes centros.

Esse limite seria de menos de 2.000 habitantes na França, de acordo com os dados da OCDE. No Canadá, Statistique Canada (Estatísticas do Canadá) considera que uma municipalidade é rural se tiver menos de 1.000 habitantes. Por fim, o órgão Solidarité rurale du Québec (Solidariedade Rural do Quebec) considera adequado definir como meio rural as comunidades cuja densidade demográfica é inferior a 5.000 habitantes, conceito utilizado para os fins deste estudo, com relação à amostra quebequense.

Por sua vez, Statistique Canada considera como rural uma população exterior a uma zona de influência metropolitana (ZIM)*. Desse modo, considera-se ser 35 o número de zonas rurais no Quebec, em um total de 202 no território canadense total. Uma cidadezinha rural apresenta uma população que varia entre 1 e 9 999 habitantes, em que 50% dos residentes trabalham em uma ZIM, e onde menos de 25% dos empregos são ocupados por trabalhadores oriundos dessa mesma ZIM. A população dessas pequenas cidades rurais, no Canadá, conheceu um aumento de 6% entre 1987 e 1997, e representa quase 3 milhões de habitantes. As cidades que apresentam melhor desempenho em termos de desenvolvimento econômico, o devem não às atividades ligadas à agricultura ou à mineração, mas antes aos setores manufatureiros e de serviços (Miller, 2000). Bollman e Beshiri (2000) observam que são as cidadezinhas do Quebec que registram o maior aumento das atividades manufatureiras.

Nos Estados Unidos, a definição mais comum de meio rural se aplica ao conjunto de regiões que contêm aglomerações de menos de 5.000 habitantes, localizadas fora dos grandes centros. Fala-se de território aberto, ao qual se acrescentam os conceitos de “contínuo rural-urbano” e de “influência urbana”, dependendo do grau de urbanização ou de proximidade de uma área metropolitana. Por fim, o órgão Solidarité rurale du Québec (Solidariedade Rural do Quebec) considera adequado definir meio rural como as comunidades cuja densidade demográfica é inferior a 5.000 habitantes. Foi o conceito selecionado para a finalidade do estudo relativo à amostra quebequense, como fizeram Olfert e Stabler (2000) para o Saskatchewan.

Quanto à amostra brasileira, foi necessário utilizar uma maior flexibilidade na definição de um ambiente rural não-metropolitano. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) considera com rural toda zona exterior ao perímetro urbano. Uma localidade rural é

* Uma ZIM corresponde a um centro urbano de 100 000 habitantes, além de incluir os municípios onde 50% da mão-de-obra se desloca para a cidade principal, para ali trabalhar.

caracterizada por uma população pequena reunida ao redor de uma igreja, com pouca atividade comercial, e sem qualquer relação com a propriedade do solo (IBGE, 1996). Na verdade, apesar desse esclarecimento, o mundo rural brasileiro inclui cidades importantes o bastante para que Abramavory (2000) fale de contradição, quando se refere às “cidades rurais”. Ele observa que, em determinados países, é a importância da mão-de-obra que serve como principal critério para definir a ruralidade. Desse modo, em Israel uma localidade é considerada rural se um terço dos chefes de família exercem uma atividade agrícola. No Chile, a proporção exigida sobe para 50%. Vários países da América Latina (Argentina, México, Venezuela, Honduras, Nicarágua, Panamá) adotaram uma classificação que utiliza entre 1.000 e 2.500 habitantes para identificar seus ambientes rurais. Com base em tal critério, a maior parte dos distritos brasileiros seria considerada como pertencendo ao mundo rural, de tal modo que ao invés de 22%, a população rural brasileira passaria a 33%, e também aumentaria em 5% entre 1996 e 2000 (da Veiga, site WEB).

No que se refere à amostra brasileira, foi necessário utilizar maior flexibilidade na definição de ambiente rural ou não-metropolitano. Pois, ao contrário do que se encontra com grande frequência no Quebec, é quase impossível, no estado de São Paulo (como na maioria dos grandes estados brasileiros), encontrar uma empresa manufatureira que não seja usina de cana de açúcar. Considerando-se que o estado de São Paulo conta com mais de 33 milhões de habitantes, o que o torna praticamente um país, consideramos que as empresas localizadas em centros urbanos de dimensões modestas para as proporções do estado, ou seja, entre 20.000 e 50.000 habitantes, poderiam ter de lidar com os mesmos desafios ou dificuldades que suas semelhantes quebequenses localizadas em meio não-metropolitano.

3_ Descrição da Metodologia e das Duas Amostras

Selecionadas segundo um método não-probabilístico por cotas (PMEs exportadoras e não exportadoras*), pediu-se que as empresas pesquisadas identificassem as várias fontes de informação indispensáveis para o seu bom funcionamento. Como nos trabalhos precedentes, as PMEs estudadas no âmbito do presente estudo pertencem, em sua maioria, ao setor manufatureiro complexo. É preciso lembrar que a referência à complexidade se refere a diferentes considerações, como recorrer a procedimentos de fabricação computadorizados, investimentos em pesquisa e desenvolvimento levando à colocação no mercado de novos produtos, ou de

* Isso é verdadeiro para a amostra quebequense. Para a amostra brasileira, considerando-se o contexto demográfico e geográfico, foi mais difícil encontrar PMEs exportadoras.

produtos aperfeiçoados, a qualificação de pessoal, tanto no nível da produção como da direção.

Para obter a informação desejada, o questionário da entrevista compreendia quatro partes, a saber:

- a) identificação da empresa: identificar o setor de atividade, e de obter informações gerais relativas ao ano de criação, número de funcionários, faturamento, etc.;
- b) uso de recursos externos: identificar a natureza das fontes de informação utilizada, e avaliar suas respectivas importâncias, a partir de um conjunto de treze fontes diferentes;
- c) caráter inovador: avaliar a posição relativa das empresas, com o auxílio de oito dimensões referentes à inovação;
- d) abertura para o exterior: estabelecer uma relação entre os recursos externos e a importância da exportação. Para as empresas não-exportadoras, o questionário visava a conhecer as causas da ausência de envolvimento com o mercado externo, sempre com atenção especial para as fontes de informação.

Essas empresas foram objeto de uma entrevista com questionário, com duração de cerca de duas horas. O respondente, na maioria dos casos, era o proprietário-dirigente. Privilegiando uma abordagem qualitativa, o tratamento dos dados consistiu em diferenciar os casos estudados com o auxílio de índices que mensuravam as dimensões apresentadas, tanto no que se refere aos casos característicos, quanto os relativos à origem das fontes de informação. Agindo assim, esperamos poder demonstrar as diferenças entre as PMEs exportadoras (em geral inovadoras) e as não exportadoras (em geral menos inovadoras), para verificar se a pertinência da afirmação de que as carências em informação explicam, antes de tudo, a ausência de envolvimento da maioria das PMEs com o mercado externo (Eskelinen e Vatne, 1996). Desse modo, em relação aos novos produtos, novas tecnologias, qualidade dos produtos, oportunidades de mercado, de investimento e de financiamento, identificamos ao mesmo tempo a origem e a importância relativa das fontes de informação externas utilizadas pelas PMEs.

A tabela 2 apresenta os setores de atividade das empresas estudadas. Vê-se que as PMEs não-exportadoras (32) são ligeiramente mais numerosas que as exportadoras (28).

Tabela 2: Divisão das PMEs Quebequenses Segundo o Setor de Atividade

Classificação das indústrias manufatureiras Segundo Statistique Canada	PMEs não-export.	PMEs export.	Total de PMEs
Indústrias de alimentos e bebidas	3	5	8
Indústrias de produtos plásticos	1	1	2
Indústrias de couro e produtos conexos	1	-	1
Indústrias de produtos têxteis e vestuário	1	2	3
Indústrias de madeira	3	2	5
Indústrias de móveis e artigos de mobília	6	4	10
Indústrias de primeira transformação de metais	1	-	1
Indústrias de fabricação de produtos metálicos	5	2	7
Indústrias de maquinário	3	3	6
Indústrias de material de transporte	1	2	3
Indústrias de produtos elétricos e eletrônicos	2	-	2
Indústrias de produtos minerais não-metálicos	1	1	2
Indústrias químicas	1	1	2
<i>Outras</i> indústrias manufatureiras	3	5	8
TOTAL	32	28	60

Da mesma forma, foi possível selecionar 61 empresas localizadas em um ambiente não-metropolitano e utilizar com elas a versão em português do nosso questionário, do final de novembro de 1999 até o final de fevereiro de 2000. Essas empresas são encontradas em igual número nas três sub-regiões do norte do estado de São Paulo, ou seja, nos arredores de Ribeirão Preto, de Piracicaba e de São João da Boa Vista. A tabela 3 apresenta a divisão das empresas brasileiras, segundo os setores de atividade.

Tabela 3: Divisão das PMEs Brasileiras Segundo os Setores de Atividade

Setores	Número de Empresas
Alimentação e bebidas	14
Produtos metálicos	9
Produtos têxteis	7
Indústria moveleira	3
Material de construção	1
Transformação de mineração	3

Produtos plásticos	4
Maquinário	4
Indústria química	2
Indústria do couro	1
Indústria de madeira	2
Indústria de brinquedos	1
Indústria gráfica	3
Setor agro-alimentício	5
Setor de embalagens	1
Total	60

A tabela 4 apresenta as principais características das duas amostras. Encontram-se semelhanças entre as duas amostras, no que se refere ao volume médio de negócios e à idade das empresas.

Tabela 4: Características das PMEs Quebequenses e Brasileiras

PME	Quebequenses		Brasileiras	
	Média	Mediana	Média	Mediana
Faturamento em 1997 (000 dólares canadenses)	4.780	2.000	4.346	1.100
Número de funcionários	39	21	51	24
Idade da empresa	21	18	22	18

Proporção das PMEs exportadoras	48,6	16,4
Porcentagem de vendas para exportação	26,7	8,9
Tamanho da amostra	60	60

Além disso, o número médio de funcionários das PMEs brasileiras é superior, mesmo que não seja possível chegar a conclusões relativas à representatividade das amostras. Contudo, é do lado das exportações que se registrou a maior diferença entre as duas amostras. A tabela 4 mostra que a proporção das vendas para exportação das PMEs quebequenses é mais que três vezes maior que o valor das empresas brasileiras. Embora por motivos evidentes os Estados Unidos representem de longe o mais importante cliente estrangeiro das PMEs quebequenses, suas equivalentes brasileiras exportam para os países do Mercosul (Argentina, Uruguai e Paraguai), além de terem como clientes os seguintes países: Chile, Peru, Venezuela e Bolívia na América do Sul, além de Porto Rico e Cuba na América Central, sem esquecer o Canadá e os Estados Unidos. Na Europa, os clientes encontram-se na Alemanha, Áustria, Espanha, Itália e Portugal.

A grande diferença, no nível das exportações, entre as PMEs quebequenses e brasileiras, merece alguns comentários adicionais. Se há alguns anos lamentava-se que muito poucas PMEs quebequenses exportavam (12% em 1996 e 17% em 1999, segundo as definições), essa proporção é ainda menor no estado de São Paulo onde, de acordo com a SEBRAE (1998), apenas 2% das PMEs são exportadoras. Mencionamos acima que as PMEs brasileiras exportam pouco. Sua participação no comércio internacional de produtos manufaturados brasileiros representa apenas 2 %, enquanto que essa proporção ultrapassa 50 % nos Estados Unidos e 64 % na Itália, no que se refere a empresas com mais de 14 funcionários (Folha de São Paulo, 1999). A diferença no tamanho ou dimensão espacial dos dois países explica em parte essa diferença no nível da importância do mercado externo das empresa, à qual se soma, como principal obstáculo, o peso burocrático imposto às empresas, e uma certa indiferença ou falsa segurança, no que se refere à globalização dos mercados. E é preciso dizer que, no que diz respeito ao estado de São Paulo, localizado a cerca de dois mil quilômetros de Buenos Aires, compreende-se que o efeito de proximidade exercido pelos Estados Unidos sobre as empresas quebequenses não encontra equivalente nas empresas desse estado. Segundo Fairbanks (2000), esse baixo nível de exportação das empresas brasileiras pode gerar um sentimento de

falsa segurança, mas corre o risco de custar caro ao Brasil, que seria um dos raros países hoje em dia com capacidade de prosperar sem lançar mão da exportação. Portanto, considera-se que o Brasil deva dar destaque ao desafio da exportação. Assim fazendo, buscando conquistar novos mercados, as empresas brasileiras teriam à disposição o melhor meio de aprender a produzir de acordo com a evolução da demanda dos consumidores. E, para consegui-lo, os dirigentes brasileiros necessitam de inovações de diversas naturezas.

4_ Comparação das PMEs quanto aos Recursos Externos

A primeira parte da análise comparativa entre PMEs brasileiras e quebequenses se refere aos recursos externos. Para se desenvolver, as empresas devem se basear em redes de informação, e aquelas que utilizam pouco ou não têm acesso a essas redes, se vêm em desvantagem em diversos níveis, especialmente entrada em mercados externos e inovação tecnológica. Discutimos amplamente, em um texto anterior sobre as redes de informação das PMEs em meio não-metropolitano (Joyal e Deshaies, 2000a). Para descrever essas redes aqui, serão apresentados dois indicadores: o uso ou não de recursos externos, e a frequência do seu uso, associando a informação com a posição quanto à exportação.

Tabela 5: O Uso de Recursos Externos pelas PMEs
(% de usuárias)

	100 %	60 a 85 %	< 60 %
PME s quebequenses	Fornecedores Clientes	Meios de Informação Terceirizados	Associação setorial Redes de negócios Centros de pesquisa

	Feiras comerciais	Consultores
	Órgãos governamentais	Contatos informais com outras PMEs
	Fornecedores	Terceirizados
	Clientes	Meios de informação
		Associação setorial
		Centros de pesquisa
		Redes de negócios
PMEs brasileiras	Consultores	Feiras comerciais
	Contatos informais com outras PMEs	Órgãos governamentais
	Associações socioeconômicas	

Dentre as treze fontes identificadas durante a pesquisa, os fornecedores e os clientes são as principais fontes onde todas as empresas, brasileiras e quebequenses, coletam informações para o seu desenvolvimento (tabela 5). O segundo grupo de recursos, utilizados por 60 a 86 % das empresas, compreende os meios de informação e os terceirizados, nas duas amostras. Contudo, as PMEs quebequenses utilizam, em um segundo momento, as feiras comerciais e os órgãos governamentais, enquanto que as PMEs brasileiras privilegiam, pela ordem, os consultores, os contatos informais com as PMEs, e as associações socioeconômicas. Desse modo, o ambiente das PMEs brasileiras se basearia em recursos menos organizados por causa dos dirigentes, que também estariam menos envolvidos pessoalmente na pesquisa de informações úteis. Por fim, uma terceira área de recursos é formada pela associação setorial, os centros de pesquisa e as redes de negócios, para as empresas quebequenses e brasileiras. Desses resultados diferentes, pode-se destacar a idéia de que as empresas quebequenses se beneficiariam de um ambiente econômico e de informações mais organizado que as empresas brasileiras. Eis uma idéia simples, que levaria em conta as diferenças na natureza da economia dos dois países.

A tabela 6, sobre a freqüência do uso de recursos, reforça os resultados já obtidos com a tabela 5. Os recursos mais mencionados pelas empresas são também os mais utilizados: clientes, fornecedores, terceirizados, consultores e meios de informação. Por outro lado, os recursos com os quais os dirigentes majoritariamente não estabeleceram contato, são muito menos freqüentes.

Tabela 6: Frequência do Uso de Recursos Externos pelas PMEs

Tipo de recurso	Quebequenses¹	Brasileiras¹	Significância²
Clientes	6	7	---
Fornecedores	6	7	.002
Terceirizados	4	5	---
Associação setorial	2	2	---
Agente de desenvolvimento (comissário industrial)	2	0	.000
Órgãos socioeconômicos	1	3	.000
Órgãos governamentais	3	1	.000
Feiras comerciais	3	2	.014
Consultores	2	6	.000
Meios de informação	5	4	---
Centro de pesquisa	1	1	---
Rede de negócios	2	1	.007
Contatos informais com outras PMEs	2	5	---

¹Codificação quanto à frequência de uso: nenhum contato = 0; menos de uma vez por ano = 1; 1 vez por ano = 2; 2 vezes por ano = 3; 4 vezes por ano = 4; 1 vez por mês = 5; cada 3 semanas = 6; cada 2 semanas = 7; pelo menos uma vez por semana = 8.

²Foi utilizado o teste não-paramétrico de Mann-Whitney para realizar o cálculo. A ausência de valor numérico indica uma diferença não-significativa entre as duas amostras.

Um tratamento semelhante dos dados da pesquisa, dessa vez diferenciando as empresas segundo sua atitude diante da exportação, permite observar que as PMEs brasileiras exportadoras se diferenciam mais das empresas não-exportadoras, enquanto que as empresas não-exportadoras do Quebec são mais semelhantes às empresas exportadoras, no nível do uso de recursos externos (tabela 7). Além disso, uma diferença sensível ocorre no nível do uso de órgãos governamentais. Mais de 84 % das empresas exportadoras quebequenses se beneficiam do apoio oferecido pelos órgãos governamentais, enquanto que menos de um terço das PMEs exportadoras brasileiras o fazem. Por um lado essa distinção é explicada por uma diferença na percepção que os dirigentes das empresas têm sobre os programas governamentais e, por outro, pelo maior apoio, de diferentes formas, disponível para as PMEs quebequenses.

Tabela 7: Uso de Recursos Externos pelas PMEs Quebequenses e Brasileiras, de acordo com sua Postura quanto à Exportação

PMEs	Quebequenses		Brasileiras	
	Export.	Não-export.	Export.	Não-export.
Clientes	100,0	100,0	100,0	98,0
Fornecedores	100,0	100,0	100,0	100,0
Terceirizados	68,4	55,9	100,0	62,7
Associação setorial	56,8	32,4	50,0	33,3
Agente de desenvolvimento (comissário industrial)	55,3	41,2	10,0	0,0
Órgãos socioeconômicos	28,9	32,4	90,0	74,5
Órgãos governamentais	84,2	50,0	30,0	37,3
Feiras comerciais	84,2	72,7	100,0	49,0
Consultores	57,9	41,2	100,0	84,3
Meios de informação	81,6	76,5	100,0	58,8
Centro de pesquisa	33,3	21,2	50,0	31,4
Redes de negócios	47,4	41,2	40,0	15,7
Contato informal com outras PMEs	42,1	57,6	100,0	78,4

Em resumo, as PMEs das duas amostras se diferenciam pelo tipo de apoio que privilegiam nas feiras comerciais, órgãos governamentais, consultores, contatos informais e órgãos socioeconômicos. Quanto aos outros recursos externos, elas formariam três “camadas” ao redor das empresas, idênticas nas duas amostras. A primeira é evidentemente formada pelos fornecedores e clientes, seguida de uma segunda, menos importante, baseada nos terceirizados e meios de informação. A terceira e última agrupa a associação setorial, as redes de negócios e os centros de pesquisa. As PMEs brasileiras também teriam menos vantagens que as suas equivalentes quebequenses, quanto ao ambiente. E essa situação seria ainda mais desfavorável para as empresas brasileiras não-exportadoras.

5_ As Práticas Inovadoras

No setor manufatureiro, com alto valor agregado, a exportação acompanha a inovação. Para exportar, as PMEs devem inovar no que se refere às suas práticas gerenciais, seus meios de

produção, e o escoamento dos produtos para o mercado. Quanto ao setor moveleiro, Hasse (2000) destaca três fatores de sucesso, que permitem aos fabricantes brasileiros escoar parte da sua produção para os mercados externos: o preço, a qualidade e o respeito aos prazos de entrega. Mais uma vez, pode-se fazer uma comparação com o setor moveleiro quebequense, que há cerca de dez anos deixou de ser um setor fraco para se transformar em um dos setores mais dinâmicos e representativos do que as PMEs inovadoras quebequenses estão realizando. Nossos vários estudos nos permitem afirmar que a qualidade e a confiabilidade de entrega, mais que os preços, fazem parte das vantagens concorrenciais das PMEs quebequenses, tanto no setor moveleiro como nos outros.

**Tabela 8: Percepção da Posição das PMEs,
Relativa às Empresas do Mesmo Setor, quanto à Inovação
(média em uma escala de 1 a 5)**

PMEs	Quebequenses	Brasileiras	Significância²
Pesquisa e desenvolvimento	3,3	3,3	---
Novas tecnologias de produção	3,4	3,5	---
Design dos produtos	3,4	3,3	---
Formação dos funcionários	3,1	3,3	---
Criação de novos produtos	3,6	3,5	---
Melhora do produto e tecnologia de produção	3,7	3,5	0.96

¹Foi utilizado o teste não-paramétrico de Mann-Whitney para realizar esse cálculo.

No que se refere às duas amostras consideradas aqui, a tabela 8 permite ver como os dirigentes percebem a situação da sua empresa, relativa a uma gama de práticas geralmente associadas à inovação. Pode-se ver que as empresas se vêem como discretamente acima da média das empresas que atuam no mesmo setor de atividade. A única diferença significativa entre as duas amostras está no nível da melhora do produto e das tecnologias de produção, elemento em que as PMEs quebequenses apresentam uma vantagem sobre suas correspondentes brasileiras. Parece normal que os dirigentes das PMEs quebequenses tenham uma melhor percepção da posição da sua empresa no plano tecnológico, do que os dirigentes brasileiros.

Tabela 9: Proporção (%) das PMEs quanto às Práticas Inovadoras, segundo sua posição quanto à exportação

PMEs	Quebequenses		Brasileiras	
	Export.	Não-export	Export.	Não-export.
Pesquisa e desenvolvimento	84,2	64,7	90,0	74,5
Novas tecnologias	73,0	58,8	90,0	66,7
Design dos produtos	77,1	54,6	70,0	68,6
Formação dos funcionários	78,9	76,5	80,0	56,9
Criação de novos produtos	92,1	60,6	60,0	60,8
Melhora do produto e tecnologia de produção	97,4	94,1	80,0	80,4
Certificação ISO 9000	21,6	12,1	10,0	3,9
Em vias de obter ISO 9000	32,4	21,9	10,0	13,7

A análise da tabela 9 indica, inicialmente, um afastamento entre as PMEs exportadoras e não-exportadoras, quanto às práticas inovadoras de P&D e as novas tecnologias de produção, tanto entre as PMEs brasileiras como entre as do Quebec. Por outro lado, esse afastamento é quase nulo quanto à melhora dos produtos, nas empresas das duas amostras. Isso provavelmente destaca o fato de os proprietários-dirigentes priorizarem o produto, o que parece normal, qualquer que seja o ambiente da empresa. O conjunto de PMEs quebequenses atribuem a mesma importância à formação dos funcionários, ao contrário das PMEs brasileiras, enquanto que todas as PMEs brasileiras têm idêntico interesse pelo design e criação de produtos, ao contrário das empresas quebequenses, em que as exportadoras se distinguem claramente das não-exportadoras. Quanto à certificação ISO 9000, essa última está menos em voga no Brasil do que no Quebec. Além disso, o uso de novas tecnologias é mais verificado na amostra brasileira, enquanto que as empresas quebequenses utilizam preferencialmente a criação de novos produtos. Em resumo, não surpreende que se veja uma maior proporção na aplicação de diversas práticas inovadoras dentre as empresas exportadoras, tanto do lado brasileiro como quebequense, mas é preciso reativizar segundo as práticas inovadoras privilegiadas diferentemente por um ou outro grupo de empresas, com exceção da melhora dos produtos.

Conclusão

No âmbito deste estudo, buscou-se levantar os fatores que favorecem um melhor desempenho das PMEs, quer sejam brasileiras ou quebequenses. Observa-se nas duas amostras que as empresas buscam atuar nos planos do uso de recursos externos e da inovação, mas sua pesquisa privilegia frequentemente dimensões diferentes.

A inovação é inegavelmente um elemento-chave, e trata-se aqui de saber qual seria, em um primeiro momento, a situação das PMEs pesquisadas, quanto a essa importante dimensão. Foi possível demonstrar uma grande semelhança entre as duas amostras, com os dirigentes tendo considerado suas empresas um pouco mais inovadoras que a média das empresas atuando em seu campo de atividade. A alusão às práticas inovadoras leva irremediavelmente a se pensar na exportação. No setor manufatureiro complexo, a conquista do mercado externo é devedora da inovação nas suas diferentes formas.

No conjunto, observam-se, a favor deste estudo, mais semelhanças que diferenças, no que se refere ao uso das diferentes fontes de informação e à importância relativa que elas têm para as empresas das duas amostras. O ambiente econômico das empresas brasileiras é menos favorável a elas, que devem compensar esse fato com consultas, contatos com outras PMEs e os atores socioeconômicos. As maiores diferenças são observadas no capítulo da exportação, e no que se refere ao fato de a exportação ocupar lugar maior dentro da amostra quebequense, em que o uso de recursos governamentais e feiras comerciais é mais alto do que na amostra brasileira. Mesmo se é reconhecido nessa última que o número de PMEs exportadoras é talvez muito pequeno para apresentar resultados significativos, também é certo que as observações coletadas continuam correspondendo à situação geral do Brasil diante da globalização dos mercados. O Quebec, que nada tem a temer graças à sua proximidade dos Estados Unidos e ao acordo de livre comércio assinado em 1988, seguido da ALENA em 1994, tem uma grande vantagem no capítulo da exportação, principalmente pelas grandes empresas. Os estímulos oferecidos desde 1996, quando se decidiu dobrar o número de PMEs exportadoras antes do final do século, não são estranhos a tal situação* (Joyal, 2001).

* Objetivo alcançado no início de 1999.

Se as empresas quebequenses e brasileiras têm comportamentos semelhantes no que se refere ao uso dos recursos que poderiam ser considerados incontornáveis (fornecedores, clientes, terceirizados, associação setorial, meios de informação, redes de negócios e centros de pesquisa), elas se distinguem no que se refere aos outros recursos, menos incontornáveis e menos essenciais (mas que, apesar de tudo, são muito úteis). Esses últimos recursos, contudo, são bastante reveladores do ambiente das empresas, ou dos recursos mais ou menos inacessíveis. Desse modo, os consultores, os contatos informais e os órgãos socioeconômicos seriam mais acessíveis às empresas brasileiras do que as feiras comerciais e os órgãos governamentais, privilegiados pelas empresas quebequenses. Como se sabe, esses recursos em geral são voltados para a empresa. Um ambiente quebequense propício às empresas talvez explique o fato de as PMEs quebequenses, muito menores que suas similares brasileiras, exportarem mais a sua produção.

Em resumo, há diferenças no comportamento dos empresários, mas os objetivos buscados são idênticos. Desse modo, a principal semelhança entre os dirigentes, sejam eles brasileiros ou quebequenses, se refere à sua determinação em ter sucesso, e sua engenhosidade em contextos inteiramente diferentes. Essas habilidades representam a melhor garantia de sucesso para os empresários brasileiros e quebequenses.

Referências Bibliográficas

- ABRAMOVAY, R. (2000), *Funções e medida da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo*, Texto para discussão, No 702, site WEB de IPEA.
- BOLLMAN, R., R. BESHIRI, (2000), Rural and Small Towns Employment: Structure by industry, working paper, StatCan, Ottawa.
- BROOKS F. R. & ROSSON, P. J., (1982), A Study of Export Behavior of Small and Medium - Sized Manufacturing Firms in three Canadian Provinces, in M. R. G. Czinkota & Tesar (ed) *Export management: An International context* (pp 39-54), New York, Prager.
- CAVUSGIL, S. T., & NAOR, J. (1987), Firm and Management Characteristics as Discriminators of Export Marketing Activity, *Journal of Business Research*, Vol 15, no 3, pp 221-235.
- DE VEIGA, (2001), www.fea.usp.br/professores/zeeli/
- DOLLINGER, M. J. (1985), Environmental Contact and Financial Performance Amongst Small Business, *Journal of Small Business management*, Jan. pp. 24-30.

- DRABSENTOTT, M., & HENRY, M., 1996, A New Micro View of the U. S. Rural Economy, *Economic Review Federal Reserve Bank of Kansas City*, Vol 81, no 2, PP 53-70.
- ESKELINEN, H., & E. VATNE, Ressources ou barrières à l'exportation? L'impact des réseaux locaux pour les PME nordiques, *Revue internationale PME*, Vol 9, n0 3-4, pp 67-93.
- FALCONE, T. , L. D. ALLEN and V.R. VATTER, (1996), A comparaison of rural and Urban Economic Programs in Pennsylvania, *Economic Development Review*, Vol 14, no 2, pp. 63-67.
- FAIRBANKS, M., (2000), Sem tecnologia o futuro é negro, *Rumos*, Vol 25, no 177, Outubro, pp 4-8.
- FERSTENSEIFER, J. E., & AL., (1996), O papel das redes de cooperação tecnológica das pequenas e médias empresas, 23 encontro anual da ANPAD, Angra dos Reis.
- FOLHA DE SÃO PAULO (1999). *Burocracia É Entrave Para Micro Exportar*. 15 novembro, PP 3,4.
- FONSECA NETTO, H.,(2001), Les axes de développement intégré: vers un nouveau découpage des régions-programmes pour l'espace brésilien, *Organisations & Territoires*, vol 10, no 2, pp 99-110.
- GORDON, P. H.W. RICHARDSON, . YU, (1998), Metropolitan and non metropolitan Employment Trends in the US: Recent Evidence and Implications, *Urban Studies*, Vol. 35, No 7, pp, 1037-1057.
- HASSE, G. (2000), Tecnologia impulsiona setor de móveis. *Gazeta Mercantil*, , 28 de novembro.
- HÉRAUD, J. A., & NANAPOULOS, C., (1994), Les réseaux de l'innovation dans les PMI: illustration du cas de l'Alsace, *Revue internationale de PME*, Vol 7, no 3-4, pp 65-86.
- IBGE, (1996) *Contagem populacional*.
- JOYAL, A., & DESHAIES, L., (1996) Développement local et PME québécoises innovantes: un lien à explorer. *Revue canadienne des sciences régionales*, XIX (3) pp 333-347.
- JOYAL, A., & DESHAIES, L., (1997), Des PME en régions face au défi de la mondialisation, *Revue internationale d'Études canadiennes*, no 16, automne, pp 2-14.
- JOYAL, A., & DESHAIES, L., (1998), Des PME québécoises en milieu rural; des exemples de succès, *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, no 4, pp 607-624.
- JOYAL, A., & DESHAIES, L. (2000) Les PME rurales : un dynamisme étonnant. *Québec 2001* Montréal, Fides, pp 249-256.
- JOYAL, A., & DESHAIES, L., (2000a), Réseaux d'information des PME en milieu non métropolitain, *Cahiers de Géographie*, Vol 44, no 122, pp 189-207.

- JOYAL, A. & DESHAIES, L., (2000b) : *PME rurales: exemples de succès*, Colloque de la Fondation canadienne de restructuration rurale, Alfred, à paraître dans les actes du colloque sous la dir de R. Bollman, StatCan.
- JOYAL, A., (2001), PME rurales, dynamisme et exportation, *Découvrir*, vol 22, no 1, pp 30-31.
- JULIEN & ALL, (1998), *Étude sur les réseaux d'information et l'internationalisation des PME québécoises*: caractéristiques des PME exportatrices et impact de leurs comportements d'information sur la performance, Rapport pour MICST. Institut de recherche sur les PME.
- JULIEN, P. A. & MORIN, M., (1996) *Mondialisation de l'économie et PME québécoises*, PUQ. Québec.
- LORRAIN, J., BELLEY, A., & RAMANGALAHY, C. (1994), Relation entre le profil de comportement des propriétaires-dirigeants et les stades d'évolution de leur entreprise, *Revue internationale de PME*, Vol 7, no 1, pp 9-34.
- MALECKI, E. J., (1995), *Rural SMEs in the United States*, Document non publié, Department of Geography, University of Florida.
- MITSC, (1995), La PME au Québec, : l'état de la situation, Gouvernement du Québec.
- MEISENBOCK, K. J., (1988), Small Business and Exporting: a Literature Review, *International Small Business*, Vol 6, no 2, pp 43-61.
- MILLER, F., (2000), *Economic Change in Canadian Rural Areas, 1986 to 1996*, working paper, Dept of Economics, Wilfrid Laurier University, Ottawa.
- NELSON, A. C. 1998), Determinants of Exurban Industrialization with Local Economic Development Policy Implications. *Economic Development Review*, Vol 12 no 1, pp 30-36.
- OCDE (1990), *La création d'entreprise et d'emplois en milieu rural*, document ronéotypé, Paris.
- OCDE (1995). *Créneaux Commerciaux et Développement Rural*, Paris.
- OCDE (1996). *Formuler des meilleures politiques pour le développement rural*. Paris.
- OLFERT, R. M., J. C. STABLER, (2000), Rural-Urban Differences in Labour Force Characteristics within and between Geographic Labour Market Areas, working paper, CERF annual Conference, Sudbury.
- RALLET, A., et A. TORRE, (2000), Géographie et technologie : une analyse des relations de proximité dans les réseaux localisés d'innovation, Colloque de l'ASRDLF, Hyères, septembre
- SEBRAE, (1998), Desmonho Potencial Exportador das PME Paulistas, Relatório de Pesquisa, *Sebrae-SP*. Junho.
- ULHAURUZO, C. G. & FENSTERSEIFER, J. E., O papel das redes no desenvolvimento tecnológico de empresas: o caso dos pequenos e médios fabricantes de produtos eletrônicos do Rio Grande do Sul, 20 encontro anual da ANPAD, Andra dos Reis.

