

Micro e pequenas empresas – competitividade e inclusão digital

José Rincon Ferreira

Diretor de Articulação Tecnológica da Secretaria de Tecnologia Industrial do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – STI/MDIC.

E-mail: Jose.ferreira@desenvolvimento.gov.br

Kira Tarapanoff

Especialista Visitante STI/MDIC-CNPq no Projeto Educação Corporativa no Contexto da Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior.

E-mail: kat309@unb.br

Resumo

É abordado o tema da inclusão digital voltada às micro e pequenas empresas, visando ao aumento de sua competitividade e incremento de sua inovação. Essa temática é colocada no contexto das políticas públicas desenvolvidas no âmbito do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, especialmente aquelas relacionadas aos Fóruns de Competitividade. Defende-se que, com o apoio dos Telecentros de Informação e Negócios, será possível, para as micro e pequenas empresas, obter vantagem competitiva e melhor posicionamento no mercado, adotando práticas de treinamento que atinjam a sua cadeia produtiva – clientes, fornecedores e parceiros. Como parte essencial para se obter a qualificação de funcionários e empreendedores para a economia do conhecimento, sugere-se a integração dos telecentros com as iniciativas de educação corporativa das empresas.

Palavras-chave

Micro e pequenas empresas; Políticas públicas; Ministério da Indústria e Comércio; Telecentros de informação e negócios.

Micro and small enterprises – competitiveness and digital inclusion

Abstract

The theme of Digital Inclusion and increasing capacity for competition and innovation for micro and small enterprises is approached. This theme is analyzed within the context of public policies developed by the Brazilian Ministry of Development, Industry and External Commerce. It is argued that with the support of specific public policies developed by the Ministry for this sector, particularly with the support of local Telecentres of Information and Business it will be possible, for the micro and small enterprises, to obtain more competitive value and better market position, adopting training practices extended to their productive chain – clients, suppliers and partners. As essential aspect for the continuous education of entrepreneurs and employees it is considered the integration of the Telecentres with the initiatives of Corporate Education of the enterprises.

Keywords

Micro and small enterprises; Public policies; Ministry of Industry and Commerce; Information and business telecenters.

Políticas públicas, competitividade e inovação

A preocupação com a competitividade das empresas brasileiras levou o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), a criar os Fóruns de Competitividade*, ferramenta estratégica no contexto da Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior, que tem como objetivo elevar a competitividade** industrial das principais cadeias produtivas*** do país no mercado mundial, por meio de ações que visam a melhorar a sua capacidade de geração de emprego, ocupação e renda, desenvolvimento e desconcentração regional da produção, aumento das exportações, substituição competitiva das importações e capacitação tecnológica.

Segundo Katz (2005), “o fortalecimento do segmento produtivo de toda sociedade tem dimensões de ação coletiva de ordem local e municipal que precisam ser exploradas”. Pretende-se criar novas competências e fortalecer a capacidade tecnológica, visando a promover ações cooperativas, em âmbitos produtivos regionais e municipais, que não são necessariamente estimuladas de maneira adequada pelo mecanismo de preços. Isso pode se dar por meio do desenvolvimento de políticas relacionadas com o estabelecimento de parques industriais e incubadoras de empresas de alta tecnologia, ou ações destinadas a favorecer o desenvolvimento de aglomerados locais ou distritos industriais, primordialmente associados à exploração de recursos naturais ou capacidades tecnológicas regionalmente específicas (KATZ, 2005).

* <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/sdp/proAcao/forCompetitividade/oQueSao.php>

** Competitividade – capacidade que os produtos gerados internamente têm de competir com seus similares produzidos no exterior, tanto no que se refere à importação quanto à exportação (a competição internacional se faz entre cadeias) (GUIMARÃES, 2000).

*** Cadeia Produtiva – conjunto de atividades (elos) que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto final, incluindo bens de capital, bens intermediários, distribuição e comercialização.

O MDIC endossa a preocupação mundial e a crença de que o conhecimento, em todas as suas formas, desempenha hoje um papel crucial em processos econômicos. Acredita também que a inovação está no cerne da mudança econômica.

No nível macro, há substancial conjunto de evidências que permitem afirmar ser a inovação fator determinante no crescimento econômico e nos padrões de comércio internacional. Empresas inovam para defender suas posições competitivas no mercado ou em busca da vantagem competitiva.

Em prática gerencial, a inovação pode estar ligada à utilização de tecnologia.

Um novo dispositivo tecnológico traz vantagem para o inovador. No caso de processo que eleve a produtividade, a empresa obtém vantagem de custo sobre seus concorrentes, vantagem esta que lhe permite obter maior margem aos preços vigentes de mercado, dependendo da elasticidade da demanda, e usar uma combinação de preço mais baixo e margem mais elevada do que seus concorrentes, para conquistar participação de mercado e obter ainda mais lucros (OECD/OCDE/FINER, 2004. p.33).

Dessa forma, dentre os projetos desenvolvidos para estimular a inovação e a competitividade das empresas, em especial das micro e pequenas empresas, foram criados os *telecentros de informação e negócio* para, por meio de tecnologias e capacitação tecnológica, habilitar esses setores produtivos e suas respectivas cadeias produtivas a aumentar a sua capacidade de competir.

Telecentros, conhecimento e inclusão digital

Concebidos no âmbito do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e coordenados pela Secretaria de Tecnologia Industrial (STI) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e apoiados pelo Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Caixa Econômica Federal, Banco da Amazônia, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (Confea), Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), Fundação de Amparo à Pesquisa do

Estado de Minas Gerais (Fapemig), Fundação de Análise, Pesquisa e Inovação Tecnológica (Fucapi), Banco do Brasil e secretarias estaduais de Ciência e Tecnologia e de Desenvolvimento Econômico, os telecentros de informação e negócios vêm constituindo em seu processo de implantação um projeto de convergência de várias parcerias institucionais e empresariais na superação das barreiras digitais pelo uso intenso das tecnologias de informação e comunicação.

Sob a responsabilidade do Estado, pensa-se em construir uma nova cartografia que privilegie a economia do conhecimento, na qual essa é causa e consequência do desenvolvimento científico e tecnológico (FRISCHTAK, 2005). Nesse contexto, é fundamental envolver não apenas as agências de fomento, mas também as grandes empresas, fortalecendo nelas o conceito de responsabilidade social. Já são 901 telecentros habilitados ou em fase de instalação em 2005.

Schumpeter (1934) afirmava que inovações radicais provocam mudanças no mundo, enquanto inovações “incrementais” preenchem continuamente o processo de mudança. Estas podem ser estimuladas com treinamento e aprendizagem contínuos, para gerar novos conhecimentos e novos modos de trabalho.

Em sua concepção atual, os telecentros visam à alfabetização digital do empresário da microempresa e da empresa de pequeno porte, habilitando-o ao uso de tecnologias, aplicativos e navegadores *web*. Espera-se, com esse treinamento, que sejam entendidos conceitos associados ao comércio eletrônico e, fundamentalmente, que se crie a consciência entre as empresas sobre a necessidade de organizar racionalmente o seu negócio, com o uso da sua automação plena ou parcial, explorando os recursos das novas tecnologias da informação e comunicação.

Vantagens competitivas

Uma empresa pode introduzir muitos tipos de mudança em seus métodos de trabalho, imprimindo a inovação de processo tecnológico e a implantação/adoção de métodos de produção ou comercialização novos ou significativamente aprimorados por meio da adoção de novas tecnologias.

Além de oferecer um novo meio de trabalho, os telecentros pretendem:

- auxiliar o empresário da microempresa e empresa de pequeno porte na realização de seus negócios;
- oferecer melhores condições para a população exercer seus direitos de cidadania, combatendo a chamada “exclusão digital”;
- possibilitar o conhecimento e domínio das novas tecnologias da informação;
- reduzir o hiato tecnológico que separa as micro e pequenas empresas das empresas mais favorecidas economicamente;
- possibilitar o aumento da competitividade e da geração de emprego e renda das micro e pequena empresas.

Pretende-se, com essa iniciativa, chegar à capacitação individual de empresários e de seus funcionários naquelas atividades que são essenciais a qualquer trabalhador e organização na sociedade da informação e do conhecimento:

- aquisição e avaliação da informação;
- organização e manutenção da informação;
- interpretação e comunicação da informação;
- uso de computadores para processar a informação.

Dentre os benefícios que os telecentros podem trazer, estão os seguintes:

- capacitação dos empresários e dos seus empregados no uso da informática e Internet nas suas atividades;
- oferta de cursos para a melhoria da qualidade de seus produtos e serviços;
- auxílio à comunidade para sua inserção na sociedade da informação;
- prestação de serviços de informática aos empresários;

– geração de recursos para a auto-suficiência e novos investimentos dos telecentros de informação e negócios;

– oferta de conteúdos diversos sobre negócios, logística, financiamentos, cursos, treinamentos e outros.

Telecentros e educação corporativa

Os telecentros podem ser uma extensão da atividade de educação corporativa de instituições altamente baseadas em inovação. Tomemos como exemplo a Natura Cosméticos, que adota uma filosofia de responsabilidade social, uma visão, missão e um conjunto de valores que são essenciais para serem disseminados e compartilhados por toda a sua cadeia produtiva.

O treinamento, em empresas como a Natura, é uma atividade de inovação, por ser necessária para a implantação e comercialização de seus produtos, baseados em processos tecnologicamente inovadores e ecologicamente corretos, utilizando novos materiais.

O treinamento da cadeia produtiva pode-se focar na estratégia de enfatizar os processos interativos na criação de conhecimento e na difusão e aplicação do conhecimento. A interação, o bom entendimento e a reciprocidade de informações e conhecimentos por toda a cadeia produtiva agregam mais valor aos produtos e ao conhecimento da empresa sobre os seus clientes, fornecedores, parceiros e até produtos.

Há reciprocidade de inovação tecnológica das empresas para os telecentros. Empresas como a Embrapa, Itautec-Philco, Fucapi, Garimpar, Siemens, Brasil Telecom e outras inovam os treinamentos, trazendo experiências tecnológicas, como árvore hiperbólica, que simplifica a forma de utilização da Internet na busca por informação; *software* para a gestão de micro e pequenas empresas com tecnologia *Multidesk* (Itautec) e placas multivídeo e multiteclados (Fucapi), para a conexão de diversos monitores e teclados em uma única CPU, ambos utilizando *Linux*; desenvolvimento de motores de busca para o uso da inteligência competitiva na busca de informação na Internet; desenvolvimento de ferramentas de tarifação reversa para identificar,

avaliar e medir o acesso a Internet para o auxílio na auto-sustentabilidade dos telecentros; e desenvolvimento de ferramentas para criação de *home pages* para os micro e pequenos empresários.

A proposta do MDIC, por meio do estímulo à educação corporativa e à formação e multiplicação de telecentros de informação e negócios, no processo de capacitação de seus consultores e fornecedores, visa a contribuir para aproximar o país da economia do conhecimento e no impacto desta no processo produtivo.

REFERÊNCIAS

FRISCHTAK, Cláudio. Economia do conhecimento: passaporte para o futuro. *Rumos*, Rio de Janeiro, v. 29, n. 221, p. 5-8, maio/jun. 2005.

GUIMARÃES, Fábio Celso de Macedo Soares. *A política de incentivo à inovação*. Rio de Janeiro: FINEP, 2000.

KATZ, Jorge. *Manual de Oslo*: proposta de diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. Rio de Janeiro: OECD/OCDE: FINEP, 2004.

_____. O novo modelo econômico latino-americano: aspectos da eficiência e equidade que colocam em questão a sua sustentabilidade. In: CONHECIMENTO, sistemas de inovação e desenvolvimento. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

SCHUMPETER, J. *The theory of economic development*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University, 1934.