

COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE O AMBIENTE ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO COMPARATIVO.

Wender Rodrigues de Siqueira¹

RESUMO

A informação tem se tornado cada vez mais importante dentro das organizações com o intuito de proporcionar vantagem competitiva por meio do conhecimento do ambiente organizacional. Nesse contexto, estudos sobre Arranjos Produtivos Locais, como este, tem se destacado pela capacidade de interação, troca de conhecimento e aprendizado. O estudo pretende-se comparar a percepção dos empresários quanto a importância do acesso às informações e quanto ao compartilhamento de informações entre as dimensões do macro e do microambiente organizacional. Para tanto, adotou-se nesta pesquisa quantitativa o descritiva e aplicada o método *survey*. Os resultados demonstram, para este estudo, haver diferença na percepção dos empresários do APL em relação à importância e ao interesse no compartilhamento de informações sobre o macro e o microambiente organizacional, sendo maiores na dimensão do microambiente. Conclui-se como sendo importante conscientizar os empresários sobre a importância do monitoramento ambiental em ambas as dimensões (macro e microambiental).

Palavras-chave: Informação. Macro e microambiente organizacional. Compartilhamento. Arranjos Produtivos Locais.

¹ Mestre em Administração pela UFU (2014), Especialista em Gestão Pública pela UFG (2010), Graduado em Administração Pública pela UEG (2013) e em Administração pelo CESUC (2006). Administrador da Universidade Federal de Goiás. E-mail: wendersiqueira@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O advento da globalização, ocorrido nos últimos anos, diminuiu (senão eliminou) as barreiras geográficas provocando um aumento tanto da competitividade quanto do volume de informações a serem monitoradas pelas empresas. Dessa forma, na atual conjuntura, as empresas estão lutando, cada vez mais, por sobrevivência, ao passo que buscam incessantemente alcançar e ou manter competitividade.

Atualmente, a busca por informações sobre o ambiente organizacional tem sido um importante caminho para aumentar a capacidade competitiva das empresas. McGee e Prusak (1994, p. 17) constataram a importância da informação dentro do ambiente organizacional, inclusive, afirmando que a "economia baseada em informação ou no conhecimento já passou a ser um clichê. Os autores afirmam que "Nesse tipo de economia, o sucesso é determinado pelo que você sabe, e não pelo que você possui" (MCGEE; PRUSAK, 1994, p. 3) e consideram, ainda, que, nesse contexto, a competitividade é atribuída à capacidade da empresa de adquirir, tratar, interpretar e utilizar a informação de forma eficaz. Assim, essa capacidade se torna essencial para a criação de novos produtos e serviços, além de aperfeiçoar a qualidade do processo decisório.

A produção de informação parte da necessidade de adquirir, atualizar ou aprofundar conhecimentos considerados vitais para a empresa, estando estes atrelados ao planejamento e à tomada de decisão (VAITSMAN, 2001). Portanto, entende-se como necessário subsidiar as decisões organizacionais disponibilizando informações relevantes do mercado em que concorrem, identificando tendências, novos entrantes, substitutos, oportunidades e ameaças, de maneira antecipativa, garantindo, assim, a criação ou a manutenção de vantagem competitiva (LOPES; DE MULLER; JUDICE, 2011).

Qualquer organização pode criar ou manter vantagem competitiva, contudo, é importante destacar a fragilidade de empresas de menor porte - pequenas e médias empresas - na atual conjuntura. Hoffmann, Gregolin e Oprime (2004) reforçam a importância dada a esse porte de empresas, haja vista sua maior vulnerabilidade imposta pelo atual contexto econômico, dada a escassez de recursos e custos de produção, dentre outros aspectos. Esses autores apresentam o Arranjo Produtivo Local (APL) como uma forma de fortalecimento coletivo dessas empresas, com capacidade para proporcionar vantagens competitivas por meio da cooperação mútua.

Albagli e Maciel (2004) consideram as aglomerações produtivas, como por exemplo, os APLs, ambientes propícios à interação, troca de conhecimento e aprendizado, graças à mobilidade de trabalhadores, às redes formais e informais, ao sentimento de pertencimento, etc. As autoras apontam, ainda, que a proximidade geográfica possibilita maior interação e comunicação entre as organizações.

A aglomeração de empresas, mais especificamente no formato do APLs, é fundamental para os estudos sobre desenvolvimento empresarial e setorial. Nesses ambientes, a cooperação e a configuração econômica desenvolvida criam diferenciais competitivos significativos para as empresas (PURCIDONIO; FRANCISCO, 2007). Dessa forma, o aproveitamento das sinergias nos APLs, geradas pela interação entre as empresas, e destas com o ambiente onde se localizam, fortalece suas chances de sobrevivência e crescimento, proporcionando vantagens competitivas duradouras (LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

No desenvolvimento de APL, um dos aspectos críticos em sua promoção e consolidação é a relação de confiança entre os agentes locais (HOFFMANN; GREGOLIN; FARIA, 2006), que influenciam diretamente no processo de socialização de informações capazes de auxiliar nas decisões organizacionais. Neste sentido, o estudo de Siqueira *et al.* (2015) buscou averiguar o interesse dos empresários de um APL quanto ao interesse e disponibilidade no compartilhamento de informações estratégicas e de inteligência relativas

ao macro e microambiente organizacional. Os autores constataram, nesse estudo, que há interesse e disponibilidade dos empresários (do APL pesquisado) em compartilhar informações estratégicas e inteligência relativas ao macro e microambiente organizacional.

Dessa forma, a partir dos resultados obtidos no estudo de Siqueira *et al.* (2015), considera-se importante entender se há diferença na percepção dos empresários relativa ao conjunto de componentes do macro e do microambiente organizacional. Diante disso, pretende-se comparar a percepção dos empresários quanto a importância do acesso às informações e quanto ao compartilhamento de informações entre as dimensões do macro e do microambiente organizacional.

A comparação das dimensões macro e microambiental baseia-se na divisão dos componentes desses ambientes proposta por Moresi (2001) e adaptada por Lopes, De Muyllder e Judice (2011). A partir dessa análise será possível dizer se há diferença na percepção dos empresários relativa às dimensões (do macro e do microambiente) e, caso exista, em qual dimensão consideram mais importante ter acesso às informações e em qual dispõem de maior interesse em compartilhar informação.

O objeto desta pesquisa é o APL Moveleiro de Uberlândia que, segundo Rodrigues *et al.* (2011), pertence à indústria da madeira e do mobiliário, classificada como setor industrial. Devido a sua adaptação à economia de mercado e participação no desenvolvimento econômico, social e político, bem como na melhoria da qualidade de vida das pessoas, este setor se destaca em várias regiões brasileiras (D'AMBROS; GONÇALEZ; ANGELO, 2012), reforçando a importância da escolha do mesmo para o desenvolvimento da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste artigo, a base teórica se compõe dos temas informação no contexto organizacional, características de um arranjo produtivo local e aspectos do ambiente organizacional.

2.1 Informação no Contexto Organizacional

O ambiente competitivo, caracterizado por constantes mudanças, está cada vez mais encurtando os espaços de tempo em que as decisões são tomadas. Diante disso, é preciso dispor de um sistema capaz de fornecer informações previamente analisadas, como um diferencial, para assegurar a tomada de decisão na hora certa. Neste sentido, Oliveira, Gonçalves e Paula (2011) chamam a atenção para uma crescente necessidade dos estrategistas de informações relevantes, precisas, oportunas e confiáveis sobre fatos, tendências e relacionamentos que estão acontecendo no ambiente competitivo em que suas empresas estão instaladas.

Em sua obra, McGee e Prusak (1994) apontaram a transição de uma economia industrial para uma economia de informação, constatando a importância da informação dentro do ambiente organizacional. Segundo esses autores, "Nesse tipo de economia, o sucesso é determinado pelo que você sabe, e não pelo que você possui" (MCGEE; PRUSAK, 1994, p. 3), ou seja, enquanto na sociedade industrial o poder estava subordinado à propriedade dos meios de produção, na sociedade da informação (ou sociedade pós-industrial) ele depende da propriedade dos meios de concepção e informação (TARAPANOFF, 2001).

É crucial a compreensão de que até recentemente bastava à empresa apenas a detenção de informações para estabelecer a diferença em relação a seus concorrentes. Entretanto, ante aos desafios do século XXI, para que a empresa seja competitiva, a informação deverá ser utilizada com rapidez e segurança, proporcionando, dessa forma, a obtenção de valor estratégico ao nível de mercado (QUEYRAS; QUONIAM, 2006).

Com esse mesmo entendimento, Carvalho (2012) afirma que o acesso a informações relevantes, em tempo hábil e a um custo compatível com o processo de tomada de decisão ou melhoria de produtos e serviços, minimiza os riscos e reduz incertezas. Nesse sentido, gerenciar essas informações de maneira inteligente, pressupõe o desafio às empresas de adquirirem competências necessárias para transformar informação em recurso econômico estratégico (CARVALHO, 2012, p. 58). Portanto, a produção de informação parte da necessidade de adquirir, atualizar ou aprofundar conhecimentos considerados vitais para a empresa, estando, dessa forma, atrelados ao planejamento e à tomada de decisão (VAITSMAN, 2001).

Conforme já exposto, enquanto os padrões de acumulação anteriores ligavam-se mais diretamente aos recursos tangíveis, o atual padrão de acumulação é marcado pela crescente intensidade, complexidade e incorporação dos conhecimentos aos bens e serviços (LASTRES; CASSIOLATO, 2003). Dessa forma, os recursos intangíveis, como a informação, destacam-se e, ao contrário dos bens materiais, seu consumo não os destrói, podendo ser usados sem se esgotarem, ou seja, são infinitamente reutilizáveis (MCGEE; PRUSAK, 1994; LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

Considerando que toda informação estratégica se liga às estratégias de cada organização individualmente e, portanto, a princípio, de difícil compartilhamento (apesar de ser um recurso infinitamente reutilizável), é relevante, sob o ponto de vista organizacional, vislumbrar que é possível o compartilhamento de informações estratégicas entre empresas, principalmente, as integrantes da mesma indústria.

Nos últimos anos, as redes organizacionais estão sendo consideradas como um novo modelo de organização, ambientalmente propício à atuação conjunta, associada e cooperada. Nesse contexto, os APLs se constituem como um fenômeno recente e de consideráveis proporções no cenário econômico e social do País onde é possível o compartilhamento de informações estratégicas entre empresas para promoção de vantagem competitiva destas.

2.2 Características de um arranjo produtivo local

Nos últimos anos ocorreram mudanças no ambiente competitivo ocasionando novas experiências nos domínios das organizações. As mudanças acarretaram, por exemplo, o surgimento de aglomerações de empresas que proporcionam grande impacto na atuação das organizações pertencentes devido às sinergias geradas por suas interações (FERREIRA *et al.*, 2011).

As vantagens oferecidas pela aglomeração de empresas começaram a ser visualizadas já no final do século XIX, pelo economista Alfred Marshall (VASCONCELOS; GOLDSZMIDT; FERREIRA, 2005; HOFFMANN; CAMPOS, 2013). Ao observar um significativo conjunto de vantagens dos grupos de pequenas empresas aglomeradas da Grã-Bretanha, quando comparadas às empresas não pertencentes às aglomerações, o economista percebeu que as primeiras tinham mais facilidade de acesso a recursos, à mão de obra especializada, a fornecedores e a outras indústrias de suporte, bem como maior capacidade de inovação e apropriação de conhecimentos (VASCONCELOS; GOLDSZMIDT; FERREIRA, 2005).

Recentemente, em diversas áreas da economia, o debate que envolve a investigação dos sistemas locais de produção tem ganhado destaque (GARCIA, 2006). Diversos estudos (Lastres e Cassiolato, 2003; Mytelka e Farinelli, 2005; Lopes, De Muyllder e Júdice, 2011)

foram desenvolvidos com ênfase nessa ótica de inter-relação entre empresas localizadas em limitado espaço geográfico, geralmente as Pequenas e Médias Empresas (PMEs), e de sua capacidade de promover vantagens competitivas (GARCIA, 2006).

As aglomerações de PMEs estão no centro do debate contemporâneo (DIAS, 2011), porém, apesar da importância atribuída aos APLs, ainda há grande dificuldade para se encontrar uma definição precisa para esse termo. Dessa forma, cabe salientar que tal conceito, tradicionalmente, destaca a importância da cooperação, tendo como característica fundamental a presença de PMEs concentradas espacialmente em alguns dos elos de uma cadeia produtiva (SANTOS; DINIZ; BARBOSA, 2004).

A importância dada aos APLs cresce gradativamente no Brasil desde o final da década de 90 (DIEESE, 2005) e ganhou destaque nos debates de empresários e governantes (VASCONCELOS; GOLDSZMIDT; FERREIRA, 2005). Para os autores, a esperança de que tais arranjos possam contribuir para a competitividade e para o desenvolvimento do país fez ressurgir esse interesse. A opção estratégica do Governo Federal em atuar em APLs parte do reconhecimento de que “[...] políticas de fomento a pequenas e médias empresas são mais efetivas quando direcionadas a grupos de empresas e não a empresas isoladamente” (DIEESE, 2005, p. 18).

Faz-se necessário destacar que a relação de confiança entre os agentes locais é um dos aspectos críticos para a promoção e consolidação de APLs. Neste sentido, Bastos e Almeida (2008) esclarecem que, mesmo diante da importância atribuída à relação de confiança entre os agentes locais (empresas, instituições, empregados, empresários), não há um padrão sobre esse tipo de relação nas aglomerações, podendo ocorrer tanto dentro como fora do mercado, formal ou informalmente, e em densidade e frequência variadas.

Os elementos de confiança, de solidariedade e de cooperação entre as empresas nesses ambientes (dos APLs) são, portanto, as principais fontes de competitividade. Todavia, para

que o APL se estruture e se consolide, é preciso eliminar o clima de desconfiança entre as empresas, além de abandonar atitudes defensivas diante de resultados adversos (FERREIRA *et al.*, 2011).

Crocco e Galinari (2002), Lastres e Cassiolato (2003) afirmam que a participação de empresas em APLs, caracterizados por vínculos entre os atores em um mesmo ambiente, tem ajudado as empresas, principalmente as PMEs, a superarem as barreiras ao seu crescimento, por meio da cooperação, aumentando, assim, suas capacidades competitivas. Estes ambientes (de APLs) são socialmente importantes, pois, além de ajudarem as PMEs integrantes a superarem as barreiras de crescimento e de sustentabilidade, possibilitam inovação, desenvolvimento local e competição em mercados cada vez mais distantes. Tudo isso só é possível se houver cooperação, interação, confiança e, principalmente, troca de informações sobre o ambiente organizacional que podem ser usadas simultaneamente por várias empresas sem se esgotarem.

2.3 Aspectos do Ambiente Organizacional

O ambiente em que as empresas estão inseridas é crescente, competitivo e turbulento, provocando um clima de incertezas e ameaças quanto a sua própria existência. A maneira que as empresas podem adotar para se prevenirem e avistarem novas oportunidades de mercado é desenvolverem um completo conhecimento de seu ambiente externo (BALESTRIN, 2001).

Segundo Moresi (2001), devido à sua amplitude e complexidade, o ambiente externo pode ser analisado a partir de dois segmentos: o ambiente geral (macroambiente) e o ambiente-tarefa (microambiente).

Moresi (2001) caracteriza o macroambiente como genérico, formando um campo dinâmico e interativo de forças que apresenta um efeito sistêmico. Essa dimensão afeta

transversalmente a indústria, pois é constituída de condições semelhantes a todas as organizações. Para o autor, são dimensões integrantes do macroambiente: **tecnológica, legal, política, econômica, demográfica, ecológica, social e cultural**. Já o microambiente, na visão de Moresi (2001), é mais próximo e imediato de cada organização, sendo constituído pelos **fornecedores, clientes ou usuários, concorrentes e entidades reguladoras (órgãos governamentais, sindicatos e associações de classe)**.

De maneira semelhante, Porter (2004) esclarece que, enquanto no macroambiente os componentes afetam todas as empresas na indústria, no microambiente, por estarem mais próximos, afetam diretamente as empresas de determinado segmento ou setor econômico, determinando, nesse caso, o nível de competitividade imediato entre as organizações.

Face à apresentação dos conceitos e diferenciação dos elementos do macro e microambientes, além da compreensão sobre a importância da simplificação e unificação do entendimento de tais elementos, apresenta-se, na figura 1, um modelo esquemático simplificado com uma visão geral do macro e do microambiente.

Figura 1 - O macro e o microambiente e seus componentes



Fonte: Lopes, De Muyllder e Judice (2011, p. 218).

É possível verificar, nesse modelo esquemático simplificado, todos os elementos componentes do macro e do microambiente utilizados como norteadores da construção do escopo desta pesquisa.

Marcial e Costa (2001) apontam que a empresa sofre influência tanto do macro como do microambiente. Entretanto, os autores explicam que as empresas têm sido mais afetadas pelo segundo, que está em constante mutação. De maneira oposta, Freitas e Janissek-Muniz (2006) destacam a elevada complexidade do ambiente em que se inserem as organizações, voltando sua atenção para o microambiente, em especial, para os clientes, produtos substitutos, concorrentes e fornecedores. Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), por sua vez, não atribuem maior ou menor importância ao macro ou ao microambiente organizacional. Pelo contrário, defendem a combinação das análises desses ambientes que, na visão deles, pode melhorar o desempenho da empresa que integra os insights fornecidos por essas análises.

Portanto, a análise ambiental é o processo de monitoramento do ambiente organizacional que permite identificar os riscos atuais e futuros que possam influenciar a capacidade da empresa de atingir seus objetivos. É importante ressaltar que não existe uma forma ideal de se realizar uma análise ambiental. Entretanto, determinar a relevância dos diversos níveis ambientais, bem como das diversas questões estratégicas, pode ajudar a melhorar a análise ambiental. Mesmo depois de implementado o processo de análise ambiental, é preciso avaliá-lo continuamente e se empenhar sempre para melhorá-lo (CERTO; PETER, 2010).

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O estudo foi realizado a partir da utilização do método *survey* com a intenção de conhecer as características da amostra e, assim, promover o entendimento das características da população, apresentando, portanto, um caráter geral (BABBIE, 2003).

Para alcançar os objetivos propostos a fonte de dados se constituiu dos empresários do APL moveleiro da cidade de Uberlândia, localizada na região do Triângulo Mineiro, estado de Minas Gerais.

O estudo teve como base uma amostragem não probabilística, por conveniência, do universo de empresas do APL Moveleiro de Uberlândia, estando aptos a participarem da pesquisa os proprietários de empresas formais do referido APL.

As primeiras empresas que integraram a amostra foram localizadas a partir de uma lista de associados fornecida pelo Sindicato das Indústrias de Marcenaria e Mobiliário do Vale do Paranaíba (SINDMOB) contendo 67 empresas. Para compor a amostra, outras empresas

foram localizadas pela estratégia do tipo bola de neve, em que novos participantes são indicados pelos participantes iniciais, com o intuito de ampliar as unidades da amostra (FREITAS *et al.*, 2000).

As visitas foram realizadas pessoalmente pelo pesquisador que esclarecia sobre a pesquisa e entregava para os empresários o questionário a ser respondido.

Foram visitadas 109 empresas, porém, em apenas 103 destas os empresários foram encontrados. Todos os 103 empresários concordaram em participar da pesquisa respondendo ao questionário e, como não houve o descarte de nenhum questionário, foram validados todos os 103. Como a população de empresários do APL era constituída de aproximadamente 200 respondentes, segundo levantamento feito pelo SINDMOB, o percentual de participação foi de 51,50%, ou seja, a amostra corresponde a mais da metade da população.

O instrumento de pesquisa, criado a partir do projeto de pesquisa do qual este estudo faz parte, contém 51 questões, sendo a maioria de múltipla escolha, e se estrutura em blocos, distribuídos em caracterização do perfil dos respondentes bem como de suas empresas; troca de informações entre as empresas sobre o macro e microambiente; e acesso das empresas às informações sobre o macro e microambiente.

Os componentes do macro e do microambiente que compõem o instrumento de pesquisa estão dispostos no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 ó Componentes do macro e do microambiente do instrumento da pesquisa

MICROAMBIENTE	MACROAMBIENTE
Clientes	Ambiente econômico
Concorrência a nível do APL	Ambiente legal, legislação ambiental
Concorrência ao nível da organização	Ambiente político
Fornecedores	Aspectos sociais, demográficos e culturais
Linhas de financiamento e fomento	Meio ambiente
Novos entrantes	Tendências tecnológicas
Órgãos de regulamentação	
Produtos substitutos	

Fonte: Baseado no instrumento da pesquisa.

Para o tratamento e análise dos dados foi utilizado o software SPSS (versão 13.0), que possibilitou a realização de análise de frequência e fatorial. As técnicas de análise utilizadas foram estatística descritiva e inferencial, como teste de hipótese, utilizando t-student para averiguação de diferenças de médias (HAIR JR. *et al.*, 2009).

É importante ressaltar que todo método e toda fonte apresentam limitações. Portanto, alguns fatores podem influenciar os respondentes ao emitirem sua opinião, como por exemplo, a colaboração, o perfil, a predisposição, as crenças, os valores e os momentos pessoais dos empresários ao responderem ao questionário. Todos esses fatores interferentes podem provocar vieses no levantamento (SELLTIZ *et al.*, 1967).

Além disso, Hair Jr. *et al.* (2005) alertam que quando os respondentes sabem que estão avaliando algo podem tomar uma decisão baseada em respostas que expressem uma realidade socialmente aceita como padrão para determinado grupo de pessoas, em detrimento de respostas que expressem tão somente a opinião individual.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa foi desenvolvida na cidade de Uberlândia que tem como destaque as indústrias de construção civil, de produtos alimentícios, de bebidas e álcool etílico, têxtil, do vestuário e artefatos de tecidos, metalúrgica, de papel e papelão, editorial e gráfica e a moveleira (RODRIGUES *et al.*, 2011).

A cidade se situa no interior do Estado de Minas Gerais, integrando a região do Triângulo Mineiro, com uma área aproximada de 4.115,20 km², e uma população estimada de 604.013 habitantes de acordo com o censo 2010 (IBGE, 2013).

De acordo com Rodrigues *et al.* (2011), o APL Moveleiro, objeto desta pesquisa, pertence à indústria da madeira e do mobiliário, classificada como setor industrial. Devido a sua adaptação à economia de mercado e participação no desenvolvimento econômico, social e político, bem como na melhoria da qualidade de vida das pessoas, este setor se destaca em várias regiões brasileiras (D'AMBROS; GONÇALEZ; ANGELO, 2012), reforçando a importância da escolha do mesmo para o desenvolvimento da pesquisa.

É importante destacar que, segundo o SINDMOB, Uberlândia possui em torno de 800 empresas do setor e produz, aproximadamente, R\$ 90 milhões ao ano. Todavia, o próprio SINDMOB afirma que apenas 200 empresas são formais, sendo que as demais atuam na informalidade.

Os respondentes do instrumento de coleta de dados se caracterizam como um grupo composto, em sua maioria, por homens, com faixa etária predominante entre 51 e 60 anos, tendo os mesmos concluído o 2º Grau e sendo originários do Triângulo Mineiro. Já em relação às empresas, predominam as micro, voltadas à fabricação e ao varejo, com mais de 10 anos de existência, tendo faturamento anual de até R\$ 240.000,00 e filiadas ao SINDMOB.

A análise da diferença de médias entre as dimensões do macro e do microambiente também é importante para compreender a percepção dos empresários do APL quanto à importância do acesso às informações e quanto ao interesse em seu compartilhamento. A partir dessa análise será possível dizer se há diferença na percepção dos empresários relativa ao conjunto de dimensões do macro e do microambiente organizacional e, caso exista, em qual dimensão consideram mais importante ter acesso às informações e em qual dispõem de maior interesse em compartilhar informação.

Para a comparação entre as dimensões macro e microambiental a análise baseou-se na divisão das componentes desses ambientes proposta por Moresi (2001) e adaptada por Lopes, De Muyllder e Judice (2011).

Dessa forma, foram testadas as seguintes hipóteses:

- Hipótese Nula para H1: Não há diferença entre as médias dos respondentes referentes à importância do acesso a informações nas dimensões do macro e do microambiente.
- H1: Há diferença entre as médias dos respondentes referentes à importância do acesso a informações nas dimensões do macro e do microambiente.
- Hipótese Nula para H2: Não há diferença entre as médias dos respondentes referentes ao interesse no compartilhamento de informações nas dimensões do macro e do microambiente.
- H2: Há diferença entre as médias dos respondentes referentes ao interesse no compartilhamento de informações nas dimensões do macro e do microambiente.

Antes de analisar a diferença entre as médias, foi verificada a correlação entre as respostas do questionário utilizando o coeficiente Alfa de Cronbach, que mede essa correlação através da análise das respostas dadas pelos respondentes, apresentando uma correlação média entre as perguntas. O coeficiente é calculado a partir da variância dos itens individuais e da variância da soma dos itens de cada avaliador de todos os itens de um questionário que utilizem a mesma escala de medição (HORA; MONTEIRO; ARICA, 2010).

Logo, temos que:

- O coeficiente de confiabilidade da escala do questionário (Alfa de Cronbach) para os itens referentes à importância de acesso às informações é 0,805 (a Tabela 1 é a saída do SPSS para este teste).

Tabela 1 - Confiabilidade para as respostas de importância ao acesso

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,805	0,806	14

Fonte: Elaborada pelo autor.

- O coeficiente de confiabilidade da escala do questionário (Alfa de Cronbach) para os itens referentes ao interesse em compartilhamento de informações é 0,863 (a Tabela 2 é a saída do SPSS para este teste).

Tabela 2 ó Confiabilidade para as respostas de interesse no compartilhamento

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,863	0,866	14

Fonte: Elaborada pelo autor.

Assim, como este coeficiente varia de 0 a 1 e quanto mais próximo de 1 maior a correlação entre as respostas do questionário, o resultado é satisfatório para os valores = 0,805 e = 0,863, demonstrando a existência de correlação das respostas dos respondentes para os itens importância do acesso às informações e interesse no compartilhamento de informações.

Para analisar as diferenças entre as dimensões do macro e do microambiente quanto à importância de acesso às informações e quanto ao interesse de compartilhamento de informações, foram somadas as escalas (HAIR JR. *et al.*, 2009) com as respostas dos respondentes de cada dimensão.

A partir deste somatório, as médias das dimensões (macro e micro) foram calculadas conforme Tabela 3, apontando, inicialmente, que a dimensão do macroambiente apresenta menor média para a percepção dos empresários quanto à importância de acesso às informações. Da mesma forma, a dimensão do macroambiente também apresenta menor média para a percepção dos empresários quanto ao interesse no compartilhamento de informações.

Tabela 3 Média e desvio padrão dos dados

	Dimensões	N	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
Importância no acesso	Micro	103	31,17	5,020
	Macro	103	23,91	4,056
Interesse no compartilhamento	Micro	103	27,33	7,031
	Macro	103	22,15	5,658

Fonte: Elaborada pelo autor.

Para comprovar tal resultado estatisticamente, foi realizado o teste de hipótese para comparar estas médias, cujo resultado é apresentado na Tabela 4.

Tabela 4 Teste de Hipótese para médias de amostras independentes: dimensões do macro e do microambiente

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		Teste de t para igualdade de medias		
		F	Sig.	T	DF	Sig. (2-tailed)
Dimensões do macro e do microambiente ó Importância do acesso às informações	Assumir variâncias iguais	4,485	0,035	11,405	204	0,000
	Assumir que as variâncias não são iguais			11,405	195	0,000
Dimensões do macro e do microambiente ó Interesse no compartilhamento de informações	Assumir variâncias iguais	2,066	0,152	5,830	204	0,000
	Assumir que as variâncias não são iguais			5,830	195	0,000

Fonte: Elaborada pelo autor.

- Análise da diferença de médias das dimensões do macro e do microambiente referente à importância do acesso às informações:

A variância encontrada ao analisar a importância do acesso às informações entre os respondentes não é homogênea, considerando o teste de Levene (HAIR JR. *et al.*, 2009), com $F = 0,035$, que é menor que 0,05. Logo, utilizando o teste de t, assumindo que as variâncias não são iguais, tem-se que p (Sig. (2-tailed)) $< 0,05$ (0,000), ou seja, pode-se rejeitar a hipótese nula H1 de que as médias são iguais. Assim, nesta amostra estudada, a média entre as dimensões do macro e do microambiente apresentam diferença estatística, sendo diferentes com relação à percepção dos empresários sobre a importância do acesso às informações. Essa importância é maior com relação aos itens dentro da dimensão do microambiente.

- Análise da diferença de médias das dimensões do macro e do microambiente referente ao interesse de compartilhamento:

Já a variância encontrada ao analisar o interesse de compartilhamento de informações entre os respondentes é homogênea, considerando o teste de Levene (HAIR JR. *et al.*, 2009), com $F = 0,152$, que é maior que 0,05. Logo, utilizando o teste de t, assumindo que as variâncias são iguais, temos que p (Sig. (2-tailed)) $> 0,05$ (0,000), ou seja, também podemos rejeitar a hipótese nula H2 de que as médias são iguais. Assim, nesta amostra estudada, a média entre as dimensões do macro e do microambiente apresentam diferença estatística, sendo diferentes com relação ao interesse dos empresários pelo compartilhamento de informações. Esse interesse é maior com relação aos itens dentro da dimensão do microambiente.

Dessa forma, concluí-se que existe diferença estatística entre as médias das respostas dentro das duas dimensões propostas. Além disso, os resultados demonstram, especificamente para este estudo, que os empresários do APL se diferem tanto no seu interesse em compartilhar informações quanto na percepção da importância do acesso às informações, ambos, dentro das dimensões do macro e do microambiente.

As análises de diferença de médias entre as dimensões do macro e do microambiente revelaram que, tanto para a importância do acesso às informações quanto para o interesse no compartilhamento de informações, estas foram maiores na dimensão do microambiente. Cabe ressaltar, porém, que essa análise foi realizada com base no conjunto das dimensões (macro e micro) e não individualmente.

Destaca-se que o microambiente é considerado por Freitas e Janissek-Muniz (2006) como sendo a principal dimensão ambiental na qual as organizações estão inseridas. Essa visão é contrária à de Marcial e Costa (2001), cujo foco se dá no macroambiente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação dos APLs alcançou muito destaque tanto para as organizações quanto para a academia, originando estudos como este, que buscam entender as sinergias geradas pelas interações entre empresas dentro destes ambientes.

Visando descobrir se haviam diferenças entre as dimensões do micro e do macroambiente referentes à percepção dos empresários quanto à importância das informações

para potencializar sua competitividade e quanto ao interesse no compartilhamento de informações foram realizadas análises para a diferença de médias entre essas dimensões.

Nas duas análises realizadas foi possível perceber que, nesta amostra estudada, a média entre as dimensões (macro e micro) apresentam diferença estatística, sendo diferentes tanto para a importância das informações para potencializar a competitividade das empresas quanto para o interesse no compartilhamento de informações. Em ambos o importante e o interesse, a percepção dos empresários é maior em relação às dimensões do microambiente.

Apesar de ter como foco de atenção o macroambiente, Marcial e Costa (2001) apontam que a empresa sofre influência tanto do macro como do microambiente. Portanto, os resultados encontrados na pesquisa vão ao encontro das considerações de Freitas e Janissek-Muniz (2006) que destacam a elevada complexidade do ambiente em que se inserem as organizações, voltando sua atenção ao ambiente da indústria (microambiente). Cabe, porém, resgatar a Hitt, Ireland e Hoskisson (2008) que, por sua vez, não atribuem maior ou menor importância ao macro ou ao microambiente organizacional. Pelo contrário, defendem a combinação das análises desses ambientes que, na visão deles, pode melhorar o desempenho da empresa que integra os insights fornecidos por essas análises.

No que concerne à perspectiva das contribuições esperadas, ante os resultados da presente pesquisa, a princípio, estima-se que o estudo colaborou para ampliar a compreensão da dinâmica do APL, com base nas inter-relações entre as empresas que o compõem, para a troca de informações estratégicas. Desse modo, considerando os resultados obtidos, identifica-se que é preciso conscientizar os empresários do APL, uma vez que foi possível constatar que a maior valorização do microambiente em detrimento do macroambiente. É preciso que os empresários do APL compreendam que, para que possa manter e/ou melhorar o desempenho das empresas, o monitoramento ambiental deve ser contínuo, em ambas as dimensões (macro e microambiental). Isso mostra a necessidade de serem criados e ou consolidados mecanismos que facilitem a interação entre as empresas para contribuir no processo de compartilhamento

de informações. Nesse sentido, se sugere a criação de uma estrutura adequada para tratar as informações, como um centro de gestão da informação, para aproximar as empresas, além de disponibilizar informações relevantes para a potencialização de sua competitividade.

Com relação às limitações deste estudo, destaca-se que as informações obtidas pela amostra identificada, com o uso do survey, apesar de atenderem aos objetivos ora propostos, apresentam certa fragilidade. Assim, aconselha-se a utilização de uma amostra mais robusta que possa apresentar maior representatividade. Outra limitação refere-se ao fato de a pesquisa ter sido realizada em apenas um APL moveleiro mineiro, embora existam outros no Estado de Minas Gerais. Diante disso, entende-se a necessidade de novos esforços de pesquisa visando maior abrangência, ampliando o universo de investigação para outros APLs moveleiros, gerando dados que permitam tecer comparações com os que foram aqui apresentados, de modo a ampliar o conhecimento sobre o comportamento dos empresários de APLs do setor em relação ao compartilhamento de informações estratégicas, relativas ao micro e ao macroambiente organizacional.

SHARING INFORMATION ABOUT THE ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT: A COMPARATIVE STUDY.

ABSTRACT

The information has become increasingly important within organizations with the aim of providing competitive advantage through the knowledge of the organizational environment. In this context, studies on clusters, as this, has seconded by the ability of interaction, exchange of knowledge and learning. The study intended to compare the perception of entrepreneurs about the importance of access to information and as to the sharing of information between the dimensions of the macro and organizational microenvironment. For this, was adopted in this quantitative research - descriptive and applied - survey method. The results evidence, for this study, yes difference in the perception of entrepreneurs of cluster about the importance and the interest on the sharing of information on the macro and the organizational microenvironment, being larger in the dimension of the microenvironment. Complete as being important educate entrepreneurs about the importance of environmental monitoring in both dimensions (macro and microenvironment).

Keywords: Information. Macro and organizational microenvironment. Sharing. Clusters.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 33, n. 3, p. 9-16, set./dez. 2004.
- BALESTRIN, A. Inteligência competitiva nas organizações. In: II WORKSHOP BRASILEIRO DE INTELIGÊNCIA E GESTÃO DO CONHECIMENTO, 2001, Florianópolis. **Anais...** 2001.
- BASTOS, S. Q. A.; ALMEIDA, B. B. de M. M. de. Metodologia de identificação de aglomerações industriais: uma aplicação para Minas Gerais. **Economia**, Selecta, Brasília, v. 9, n. 4, p. 63686, 2008.
- CARVALHO, L. F. de. Gestão da informação em micro e pequenas empresas: um estudo do arranjo produtivo local de confecção do vestuário de Jaraguá-GO. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 2, número especial, p. 57-72, out. 2012.
- CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração Estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. 3 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- CROCCO, M. A.; GALINARI, R. Aglomerações produtivas locais. In: **Minas Gerais do Século XXI**: integrando a indústria para o futuro. Banco de desenvolvimento de Minas Gerais, v. 6, chapter 3. Belo Horizonte: Rona Editora, 2002. p. 173-253.
- DAMBROS, J.; GONÇALEZ, J. C.; ANGELO, H. Contribuições à implantação de Polo Moveleiro na região central de Tocantins. **Cerne**, Lavras, v. 18, n. 3, p. 377-386, jul./set. 2012.
- DIAS, C. N. Arranjos Produtivos Locais (APLs) como Estratégia de Desenvolvimento. **Desenvolvimento em Questão**, v. 9, n. 17, p. 93-122, 2011.
- DIEESE. **Como conhecer o mercado de trabalho em uma cadeia produtiva ou em um arranjo produtivo local**. São Paulo: DIEESE, 2005. 56 p.

FERREIRA, M. T. da S.; MEIRELES, S. S. de; MACEDO, M. Á. Da S.; BARONE, F. M.;

SANTOANNA, P. R. de; ZOTES, L. P. Análise do desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais (APLs): um estudo de caso do município de Paraty (RJ). **RAP**, Rio de Janeiro 45(2): 517-539, mar./abr. 2011.

FREITAS, H.; JANISSEK-MUNIZ, R. Uma proposta de plataforma para Inteligência Estratégica. III ENA ó Encontro Nacional da ABRAIC. **Anais do Congresso Ibero Americano de Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva**, 29 a 31 de agosto de 2006. Curitiba PR. 2006. p. 1-19.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACOOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da USP, RAUSP**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, jul-set. 2000.

GARCIA, R. Economias externas e vantagens competitivas dos produtores em sistemas locais de produção: as visões de Marshall, Krugman e Porter. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 27, n. 2, p. 301-324, out. 2006.

HAIR JR., J. F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração**. Porto alegre: Bookman, 2005.

_____. **Análise multivariada de dados**. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 688p.

HOFFMANN, W. A. M.; GREGOLIN, J. A. R.; OPRIME, P. C. A contribuição da inteligência competitiva para o desenvolvimento de arranjos produtivos locais: caso Jaú-SP. Enc. Bibli. **R Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. esp., p. 27 ó 46, 1º sem. 2004.

HOFFMANN, W. A. M.; GREGOLIN, J. A. R.; FARIA, L. I. L. Desafios para o desenvolvimento regional ó arranjo produtivo local de couro e calçados. **G&DR**, v. 2, n. 3, p. 32-53, set./dez 2006.

HOFFMANN, V. E.; CAMPOS, L. M. de S. Instituições de suporte, serviços e desempenho: um estudo em aglomeração turística de Santa Catarina. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 18-41, jan./fev. 2013.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica: competitividade e globalização**. 2. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

HORA, H. R. M. da; MONTEIRO, G. T. R.; ARICA, J. Confiabilidade em Questionários para qualidade: um estudo com o coeficiente Alfa de Cronbach, **Produto & Produção**, v. 11, n. 2, p. 85-103, jun. 2010.

IBGE. 2010. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=317020&search=minas-gerais|uberlandia>>. Acesso: 20 ago. 2013.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. Novas políticas na Era do Conhecimento: o foco em arranjos produtivos e inovativos locais. **Revista Parcerias Estratégicas**, vol. 8, n. 17, p. 5-29, 2003.

LOPES, B.; DE MULLER, C. F.; JUDICE, V. M. M. Inteligência competitiva e o caso de um arranjo produtivo local de eletrônica brasileiro. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 12, n. 2, p. 213-231, jul./dez. 2011.

MARCIAL, E. C.; COSTA, A. J. L. O uso de cenários prospectivos na estratégia empresarial: vidência especulativa ou Inteligência Competitiva? **Anais do 25º Encontro da ANPAD**, Campinas, 2001.

MCGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1994. 244 p.

MORESI, E. A. D. O contexto organizacional. In: TARAPANOFF, K. (Org.). **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. p. 59-91.

MYTELKA, L.; FARINELLI, F. De aglomerados locais a sistemas de inovação. In: LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E.; ARROIO, A. (Orgs) **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ/Contrapomto, 2005. p. 347-378.

Revista Inteligência Competitiva

ISSN: 2236-210X

Wender Rodrigues de Siqueira

OLIVEIRA, P. H. de; GONÇALVES, C. A.; PAULA, E. A. M. de. Diretrizes para a condução de uma atividade de inteligência competitiva: uma análise preliminar. **Revista Inteligência Competitiva**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 257-272, out./dez. 2011.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 409 p.

PURCIDONIO, P. M.; FRANCISCO, A. C. de. Práticas de gestão do conhecimento: um estudo de caso em uma indústria do APL do setor moveleiro de Arapongas. **Revista Gestão Industrial**, v. 3, n. 4, p. 69-80, 2007.

QUEYRAS, J.; QUONIAM. Inteligência Competitiva (IC). In: TARAPANOFF, K. (Org.). **Inteligência, informação e conhecimento em corporações**. Brasília: IBICT, UNESCO, 2006. p. 73-97.

RODRIGUES, H. G.; OLIVEIRA, M. F.; OLIVEIRA, M. T. T.; PAULA, V. A. F.; ABDALA, E. C. Práticas de gestão de redes de cooperação: a análise da rede de cooperação do setor moveleiro em Uberlândia-MG. **Anais do 6º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas**, Franca. p. 259-271, 2011.

SANTOS, G. A. G. dos; DINIZ, E. J.; BARBOSA, E. K. Aglomerações, Arranjos Produtivos Locais e Vantagens Competitivas Locacionais. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 22, p. 151-179, dez. 2004.

SELLTIZ, C. et. al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. Tradução de D. M. Leite. 2 ed. São Paulo: Editora Herder: Universidade de São Paulo, 1967.

SIQUEIRA, W. R.; VALADÃO JÚNIOR, V. M.; DE MUYLDER, C. F.; PIMENTA, M. L. Inteligência Competitiva e Cooperação em Arranjos Produtivos Locais: um Estudo no Setor Moveleiro de Uberlândia. **Business Management Review (BMR)**, v. 4, p. 1-12, 2015.

TARAPANOFF, K. (Org.). **Inteligência Organizacional e Competitiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. 343 p.

VAITSMAN, H. S. **Inteligência empresarial: atacando e defendendo**. Rio de Janeiro: Interciência, 2001. 214 p.

Revista Inteligência Competitiva

ISSN: 2236-210X

Wender Rodrigues de Siqueira

VASCONCELOS, F. C. de; GOLDSZMIDT, R. G. B.; FERREIRA, F. C. M. Economia: Arranjos Produtivos. **GV executivo**, v. 4, n. 3, p. 17-21, ago./out. 2005.