

Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA
Programa de Pós-Graduação em Administração - PROPAD

**Análise do Comércio Eletrônico (CE) em Pequenas e
Médias Empresas (PMEs) da Região Metropolitana
do Recife (RMR) – Barreiras e Obstáculos**

André Felipe de Albuquerque Fell

**Dissertação apresentada como requisito
complementar para obtenção do grau de
Mestre em Administração.**

Recife, 2003

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

CLASSIFICAÇÃO DE ACESSO À MONOGRAFIA DE DISSERTAÇÃO

Considerando a natureza das informações e compromissos assumidos com suas fontes, o acesso a monografias do Mestrado em Administração da Universidade Federal de Pernambuco é definido em três graus:

- “Grau 1”: livre (sem prejuízo das referências ordinárias em citações diretas e indiretas);
- “Grau 2”: com vedação a cópias, no todo ou em parte, sendo, em consequência, restrita a consulta em ambientes de biblioteca com saída controlada;
- “Grau 3”: apenas com autorização expressa do autor, por escrito, devendo, por isso, o texto, se confiado a bibliotecas que assegurem a restrição, ser mantido em local sob chave ou custódia.

A classificação desta monografia se encontra, abaixo definida por seu autor.

Solicita-se aos depositários e usuários sua fiel observância, a fim de que se preservem as condições éticas e operacionais da pesquisa científica na área de administração.

Título da Monografia: **Análise do Comércio Eletrônico (CE) em Pequenas e Médias Empresas (PMEs) da Região Metropolitana do Recife (RMR) – Barreiras e Obstáculos**

Nome do Autor: **André Felipe de Albuquerque Fell**

Data da Aprovação: **29 de Janeiro de 2003**

Classificação, conforme especificação acima:

Grau 1

Grau 2

Grau 3

Recife, 25 de Fevereiro de 2003.

Assinatura do autor

Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Administração

**Análise do Comércio Eletrônico (CE) em Pequenas e Médias
Empresas (PMEs) da Região Metropolitana
do Recife (RMR) – Barreiras e Obstáculos**

André Felipe de Albuquerque Fell

Dissertação submetida ao corpo docente do Curso de Mestrado em Administração da Universidade Federal de Pernambuco e aprovada em 29 de Janeiro de 2003.

Banca Examinadora:

Prof. José Rodrigues Filho, Ph.D. (orientador)

Prof. Abraham Benzaquen Sicsú, Doutor (examinador externo)

Prof. Georges Antônio Sebastião Pellerin da Silva, Doutor (examinador interno)

"Ninguém é tão pequeno que não possa ensinar,
e nem tão grande que não possa aprender"

Paulo Freire



"Eu sou de uma terra que o povo padece
Mas não esmorece e procura vencer.
Da terra querida, que a linda cabocla
De riso na boca zomba no sofrê
Não nego meu sangue, não nego meu nome.
Olho para a fome, pergunto: que há?
Eu sou brasileiro, filho do Nordeste,
Sou cabra da Peste, sou do Ceará"

Patativa do Assaré



"All that is not given is lost"

Hasari Pal



"Solicitar de nós uma explicação sobre Deus é o mesmo que pedir a um verme para que se pronuncie quanto à glória e à natureza do sol; embora o verme, se pudesse falar, diria com toda certeza da veneração e do amor que consagra ao sol que lhe garante a vida"

Francisco Cândido Xavier

Agradecimentos

A **Deus**, Pai de Infinita Bondade, pela nova oportunidade de crescimento moral e intelectual.

Aos meus pais, **Cláudio Fell** e **Graça Fell**, pela perseverança e paciência incansáveis na arte de me educar com amor, abnegação e disciplina.

Aos meus irmãos, **Leonardo Fell** e **Liliane Fell** pela contribuição e boa vontade junto a este irmão em lenta e contínua construção.

À **Nilke Silvania Pizzolo** pelos exemplos vivos de auto-superação, amizade, amor e bom humor nesta minha caminhada de dois anos.

Ao Professor Doutor **José Rodrigues Filho**, pela orientação segura e crítica; constituindo-se em presença norteadora, instigadora e construtora do conhecimento. Registro minha gratidão pelo desafio de procurar sempre ver muito além da superfície do discurso óbvio e “politicamente correto”.

Ao Professor Doutor **Abraham Sicsú** e ao Professor Doutor **Georges Pellerin**, pelas críticas construtivas que permitiram o aperfeiçoamento deste trabalho.

A **todos** os colegas da 7ª turma do CMA/UFPE, em particular a **Antônio Amorim, Assuero Ximenes, Elidomar Alcoforado, José Guilherme Loureiro, José Orlando Nunes, Karla Theonila, Katya Melo, Luciana Holanda, Luiz Onélio, Luiz Wolmer Paula Gonçalves, Paulo Magalhães, Raquel Xavier, Rosana Pedrosa, Shirley Santana e Wesley Mendes**; pela amizade e riqueza de experiências.

Registro ainda meus agradecimentos à colega da 5ª turma do CMA/UFPE, **Katiane Oliveira Alpes da Silva**, pela atenção dispensada às dúvidas apresentadas quanto ao uso da análise de conteúdo.

Aos **pequenos e médios empresários da RMR** que gentilmente disponibilizaram o seu tempo e funcionários para alguns minutos de entrevista. Em particular, minha gratidão ao **Filipe Vasconcelos** pela presteza incansável e velha amizade nesta mais nova labuta.

E por último, minha gratidão a **todos os que fazem** o Curso de Mestrado em Administração da Universidade Federal de Pernambuco (CMA / UFPE), pelo conhecimento compartilhado que muito contribuiu para meu crescimento pessoal e profissional.

Resumo

Este trabalho tem por objetivo geral analisar o comércio eletrônico (CE) em pequenas e médias empresas (PMEs) da Região Metropolitana do Recife (RMR), observando-se as molduras tecnológicas (interpretações, crenças, imagens ou símbolos compartilhados e usados pelas pessoas na sua interação com a tecnologia) que constituem barreiras e obstáculos à adoção e utilização do CE por parte destas empresas. A análise da literatura demonstrou a predominância do determinismo tecnológico como algo que modela a sociedade, mas não é reciprocamente modelado por ela. A teoria da estruturação, arcabouço teórico do presente trabalho, visualiza as tecnologias de informação e comunicação nas organizações como construções sociais, cujos processos de configuração, funcionalidade e operabilidade refletem os interesses, os valores, os recursos e as habilidades das pessoas que as constroem. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva. É exploratória porque aborda um problema específico que foi pouco estudado pela literatura corrente, necessitando de estudos iniciais para estruturar o conhecimento; e constitui-se em uma pesquisa descritiva porque o autor observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los. A coleta de dados compreendeu o uso de entrevistas pessoais com questões abertas, ou seja, entrevistas semi-estruturadas abordando seis domínios: natureza do CE; estratégia; fatores ativadores; fatores inibidores; barreiras e obstáculos; ações da empresa. Utilizou-se uma abordagem qualitativa, analisando-se os dados de forma interpretativa por meio do método de análise de conteúdo.

Entre outros resultados encontrados, há evidência que a influência das molduras tecnológicas que constituem barreiras e obstáculos quanto ao posicionamento das PMEs da RMR diante do CE tem ocasionado muito pouca atividade significativa de desenvolvimento ou inovação tecnológica, particularmente no CE. Na maioria destas PMEs, além de se evitar investimentos ou riscos substanciais com tecnologias sem imediato e garantido retorno; parece haver uma natural tendência a atrasar a adoção e uso de novas práticas tecnológicas até que elas estejam efetivamente comprovadas como inevitáveis ou indispensáveis – tal fato, de possível constatação nas pequenas empresas, predominantemente. Nas médias empresas, constatou-se que o CE era percebido como algo inevitável, ainda que em muitos casos, os benefícios para estas empresas se mostrassem pouco definidos e mensuráveis.

Abstract

The main purpose of this research is to analyse the electronic commerce on small and medium sized enterprises from Região Metropolitana do Recife (RMR), observing technological frames (interpretations, beliefs, images or symbols shared and used by people while interacting with technology) that represent barriers and obstacles towards adoption and use of electronic commerce by these enterprises. A literature analysis has demonstrated the predominance of technological determinism as something that patterns society, but is not mutually patterned. The structuration theory, framework of this research, considers the information and communication technologies used by enterprises as social constructions which its configurational, functional and transactional processes reflect interest, values, resources and skills of those who build it. Therefore it is an exploratorial and descriptive research. It is exploratorial once it approaches a specific matter that has not yet been widely studied, needing initial researches in order to structure knowledge. It constitutes a descriptive research once the author observes, registers, analyses and connects facts or phenomena without manipulations. Datum assessment was done due to use of open questioned interviews, in other words, semi-structured interviews considering six elements: nature of e-commerce; strategy; encouragement forces; inhibition forces; barriers and obstacles; enterprises' actions. A qualitative approach has been chosen and datum analysis has happened in an interpretative way by the use of content analysis method. Among other research findings, there is evidence that

the influence of the technological frames which represent barriers and obstacles to the small and medium sized enterprises from RMR, has caused little significant development or innovational technology activities, specially towards e-commerce.

Most of these small and medium sized enterprises, not only avoid investment or substantial risks with technologies that do not bring immediate and guaranteed financial returns, but seem to have a natural trend to delay adoption and use of technological activities until these activities are proved as inevitable or indispensable. This fact has prevailed among the small enterprises. On medium sized enterprises, ecommerce has been noticed as something inevitable, although in many cases, the benefits are not quite clear and measurable.

Sumário

Resumo		
Abstract		
1	Introdução	14
1.1	Objetivo geral	18
1.2	Objetivos específicos	19
1.3	Justificativas teórica e prática da pesquisa	19
1.4	Estrutura da dissertação	20
2	Nova Economia e a Tecnologia de Informação (T.I.)	22
2.1	Análise crítica da Nova Economia	23
2.2	Sociedade da Informação	24
2.2.1	Exclusão de acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação na Sociedade da Informação	27
2.3	Tecnologia de Informação (T.I.) e as organizações	32
2.4	Internet	37
2.4.1	Uso da Internet no mundo e no Brasil	42
2.4.2	O comprador da Internet	45
2.4.3	Evolução da utilização da Internet	46
2.5	Mercados eletrônicos	50
2.5.1	Modelos de negócios para os mercados eletrônicos	52
2.6	O Comércio Eletrônico (CE)	54

2.6.1	Tipos de Comércio Eletrônico (CE)	56
2.6.1.1	O CE <i>Business-to-Business</i> (B2B)	56
2.6.1.2	O CE <i>Business-to-Consumer</i> (B2C)	57
2.6.2	Potenciais benefícios do CE para as organizações	58
2.6.3	Políticas públicas para o CE	59
2.6.4	Aspectos jurídicos do CE	61
2.6.5	O CE nas PMEs do mundo e do Brasil	63
2.6.5.1	O CE nas PMEs de Pernambuco	68
2.6.6	Barreiras e obstáculos encontrados em PMEs quanto à adoção e utilização do CE	69
3	Fundamentação Teórica	71
3.1	Teoria da estruturação	71
3.2	Dualidade da estrutura	76
3.3	Contexto social de implementação	79
3.4	Esquemas interpretativos	81
3.5	Modelo estruturacional da tecnologia	82
3.6	Molduras tecnológicas	85
4	Metodologia de Pesquisa	89
4.1	Pequenas e Médias Empresas (PMEs)	90
4.1.1	O perfil das Pequenas e Médias Empresas (PMEs)	92
4.2	A Região Metropolitana do Recife (RMR)	97
4.3	Delineamento da pesquisa	99
4.3.1	Questão principal	103
4.3.2	Questões secundárias	103
4.4	Coleta de dados	104
4.4.1	Detalhamento das PMEs entrevistadas	106
4.5	Análise de dados	108
4.5.1	Análise de conteúdo	108

4.5.1.1 Pré-análise	112
4.5.1.2 Codificação	113
4.5.1.3 Categorização	114
4.5.1.4 Análise e interpretação	115
4.6 Limitações da pesquisa	115
5 Resultados da Pesquisa	118
5.1 Resposta ao questionamento de pesquisa	119
5.2 As quatro situações possíveis identificadas junto às PMEs da RMR quanto ao CE	131
5.2.1 PMEs do segmento de comércio	133
5.2.2 PMEs do segmento de indústria	134
5.2.3 PMEs do segmento de serviços	136
6 Considerações Finais	139
6.1 Conclusões	139
6.2 Sugestões para estudos futuros	143
7 Referências Bibliográficas	145
Lista de figuras	157
Lista de quadros e tabelas	158
Apêndice 1. Exemplos de respostas às questões propostas	161
Apêndice 2. Quadro de categorias	215
Apêndice 3. Modelo de ficha de desgravação	225
Apêndice 4. Modelo de ficha de classificação de domínios	226
Apêndice 5. Modelo de ficha de categorização de dados	227
Apêndice 6. Modelo de ficha de validação de categorização	228
Apêndice 7. Glossário	229