



As PME e o Futuro da Economia

1. No plano dos discursos políticos as PME são, quase sempre, objecto de um enfático reconhecimento do seu relevante papel na economia o qual, no entanto, quase nunca se reflecte devidamente nas práticas governativas. É que, passado o momento da «diplomacia» política e do «politicamente correcto», os governos preferem, sistematicamente, dialogar com as grandes empresas e fazer delas as executantes por excelência das suas políticas. Compreende-se, sem dúvida, que é mais fácil, e tem um retorno político quase sempre mais imediato, confrontarem-se com um número reduzido de interlocutores e contratualizarem políticas com agentes económicos que dispõem, individualmente, de uma maior capacidade operativa e gerem uma massa crítica mais elevada do que os governos terem de se confrontar, directa ou indirectamente, com um universo de vários milhares de empresas de pequena e média dimensão que requerem políticas públicas bem estruturadas e mais direccionadas para a envolvente empresarial e cujos efeitos se prolongam no tempo, muitas vezes, para além do período de uma legislatura.

Acresce, ainda, que as grandes empresas e os projectos que estas corporizam são, muitas vezes, a simples concretização de obras e iniciativas públicas, enquanto a dinamização das pequenas organizações requer do Estado um papel essencialmente aglutinador e integrador o que obrigaria, em especial, a mudar o perfil e a cultura da nossa Administração Pública. A crise da economia internacional, que ainda estamos a viver, vem agravar este estado de coisas reforçando a tendência para uma maior concentração empresarial em diversos sectores, ganhando mesmo expressão a ideia de que em nome da retoma económica se devem atenuar, ou mesmo suspender (pelo menos transitoriamente), as políticas reguladoras da concorrência.

2. Mas a verdade é que, apesar de tudo isto, as PME **existem, movem-se** e são cada vez mais, uma **realidade incontornável**, assumindo mesmo um papel estruturante em qualquer estratégia de futuro pelo que nenhum “modelo de desenvolvimento” para ser viável poderá dispensar, ou sequer minimizar, as micro, pequenas e médias empresas. Elas são hoje, na situação difícil em que se encontram, parte do problema, mas são, também, seguramente uma parte central da solução, seja no plano do crescimento económico, seja, também, no propósito de assegurar um desenvolvimento sustentável e garantir a criação duradoura de emprego. E, este é, porventura, o principal desafio com que as políticas públicas e a governação da economia estão confrontadas.



O modelo industrial “fordista”, de tipo extensivo, que marcou o período pós II Guerra Mundial nos países ocidentais, era caracterizado por uma dinâmica em que a oferta criava a sua própria procura, tendo por base um modelo de produção «standardizado» assente na grande quantidade de bens produzidos e cujas economias de escala daí resultantes permitiam comprimir custos. Este modelo está esgotado na generalidade das economias avançadas e não consegue coexistir com a concorrência de economias emergentes com um modelo cultural e de organização social completamente diferente.

Em seu lugar, ganha terreno um novo modelo económico onde as vantagens competitivas essenciais não estão do lado das condições da oferta mas do ajustamento desta ao perfil da procura, o que significa que, sendo a criação de valor muito mais segmentada, de pouco vale combater a deslocalização se não for pelo acréscimo de valor criado em várias das fases da cadeia produtiva; ou seja, precisamente naquelas onde os produtos respondem a necessidades específicas dos clientes/consumidores, e é possível investir na personalização e na diferenciação que só uma **maior incorporação de serviços** permite obter.

Uma economia como a portuguesa que não dispõe de nenhuma vantagem natural suficientemente forte tem que investir, sobretudo, nas suas competências e na capacidade das mesmas para encontrarem soluções à medida das necessidades concretas de múltiplas procuras; o valor criado, como dissemos já, não assenta na mera redução dos custos mas na criação de um **valor acrescentado para o cliente**. Esta redefinição estratégica pressupõe, sem dúvida, uma organização económica muito mais fragmentada e onde as pequenas e médias organizações ganham um novo protagonismo que carece, contudo, de ser articulado e devidamente reorientado para o mercado.

3. É neste contexto que nos parece fazer muito pouco sentido a pretensão voluntarista de fazer hoje de Portugal um país baseado na «**exportação de bens transaccionáveis**», requerendo isso, simultaneamente, uma capacidade de atrair investimento estrangeiro no sector dos referidos bens transaccionáveis que não existe e de condições para aumentar quotas de mercado exportando “mais do mesmo”. Uma estratégia exportadora para ter possibilidades de sucesso implica: **renovar o perfil do nosso sector exportador** apostando em novos produtos e aprofundar a tendência para **aumentar o peso dos serviços nas nossa exportações**, nomeadamente no segmento dos serviços que podem chegar directamente até junto das empresas ou do consumidor.



As nossas grandes empresas exportadoras – a maioria das quais não estão, como é sabido, em mãos nacionais – registam uma elevada concentração em sectores em crise ou facilmente deslocalizáveis e apresentam uma forte componente importada nos seus inputs, não estando em condições de suportarem, por si mesmo, uma dinâmica renovada que corporize uma estratégia exportadora.

Só fazendo entrar em força as PME no referido sector exportador e percebendo que, com as novas tecnologias comunicacionais, o que não era transaccionável algumas décadas atrás passou a sê-lo (esta é a realidade de mais de 50% dos serviços considerados maioritariamente como não transaccionáveis), poderemos construir uma estratégia vencedora, que sem dispensar o contributo da procura interna, se terá que estruturar em torno de procuras de maior valor acrescentado no novo mercado global.

Mas, para se poder falar de uma política para as PME não basta disponibilizar financiamento para apoiar a realização de investimentos por parte de algumas centenas de pequenas e médias empresas. Ter uma política para as PME é introduzir factores de discriminação positiva, seja ao nível dos concursos públicos seja nos custos de contexto, seja ainda no plano fiscal. É, também, potenciar a criação de plataformas e de canais comunicacionais e logísticos que permitam gerir redes de empresas colocando, nomeadamente, as grandes empresas, onde o Estado, tem participação estratégica, ao serviço dessa mesma rede. É, ainda, investir numa articulação reforçada entre o sistema de ensino e formação, os institutos públicos e os órgãos de gestão de programas com funções de apoio a projectos empresariais, o sistema financeiro e as próprias empresas e as suas estruturas associativas representativas. É, por último, fomentar uma verdadeira cultura de empreendedorismo e de inovação na vida económica eliminando procedimentos desnecessários e premiando o risco, assumindo que a mudança de mentalidades deve começar nos próprios agentes públicos para se puder estender, seguidamente, aos protagonistas da verdadeira mudança da economia real: as empresas.