

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO-UEMA
CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRACAO

**UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DOS EMPRESÁRIOS DE COMO AS EMPRESAS
PODEM SUPERAR UMA CRISE EM MEIO A UMA PANDEMIA.**

**CODÓ – MA
2022**

ANTONIO CARLOS DE OLIVEIRA COSTA

**UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DOS EMPRESÁRIOS DE COMO AS EMPRESAS
PODEM SUPERAR UMA CRISE EM MEIO A UMA PANDEMIA.**

Artigo apresentado ao curso de bacharelado em administração da Universidade Estadual do Maranhão, como requisito para a obtenção de nota.

Orientador. Profº Me.Inácio Ferreira Façanha Neto

**CODÓ-MA
2022**

FICHA CATALOGRÁFICA

Costa, Antônio Carlos de Oliveira

Uma análise sob a ótica dos empresários de como as empresas podem superar uma crise em meio a uma pandemia/ Antônio Carlos de Oliveira Costa.– Codó, 2021.

27 f.

Artigo Científico (Graduação) – Curso Bacharelado em Administração, Centro de Estudos Superiores de Codó, Universidade Estadual do Maranhão, 2021.

Orientador: Prof. Me. Inácio Ferreira Façanha Neto.

1. Crise em tempo de pandemia. 2. Estratégia pequenas empresas. I. Título.

CDU:658:616-036.21

ANTONIO CARLOS DE OLIVEIRA NETO

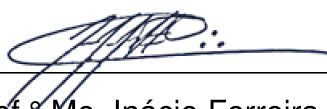
**UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DOS EMPRESÁRIOS DE COMO AS EMPRESAS
PODEM SUPERAR UMA CRISE EM MEIO A UMA PANDEMIA.**

Artigo apresentado ao curso de bacharelado em administração da Universidade Estadual do Maranhão, como requisito para a obtenção de nota.

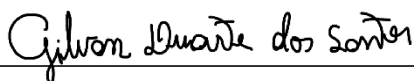
Orientador. Prof.º Me. Inácio Ferreira Façanha Neto

Aprovada em : __/__/__

BANCA EXAMINADORA



Orientador: Prof.º Me. Inácio Ferreira Façanha Neto
Universidade Estadual do Maranhão-Campus Codó



Prof.º Me. Gilvan Duarte dos Santos
Universidade Estadual do Maranhão-Campus Codó



Prof.ª Esp. Keyla Cristina Nunes de Oliveira
Universidade Estadual do Maranhão-Campus Codó

UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DOS EMPRESÁRIOS DE COMO AS EMPRESAS PODEM SUPERAR UMA CRISE EM MEIO A UMA PANDEMIA

Antônio Carlos de Oliveira Costa¹
Inácio Façanha Ferreira Neto²

RESUMO

A competitividade do mercado, cada vez mais acirrada, tem levado organizações a buscar novas estratégias para sobreviver. Dentre as dificuldades enfrentadas pelos empresários brasileiros, está a falta de conhecimento no mercado em que atuam. Para enfrentar a realidade das mudanças no mundo dos negócios, as empresas precisam conhecer o mercado em que estão inseridas, a fim de enfrentar as exigibilidades perante o fisco, as quais necessitam ser gerenciadas. O presente trabalho utiliza como metodologia a pesquisa qualitativa através de uma revisão bibliográfica. O presente trabalho tem como objetivos geral analisar e buscar alternativas de como as pequenas empresas podem superar a crise que se instala em tempos de pandemia. Conclui-se que o MEI, Microempreendedor Individual, durante a pandemia é a melhor opção de formalização para freelancers que desejam se tornar donos de pequenos negócios e que não tenha sua mortalidade, a legalização permite a emissão de notas fiscais, acesso a crédito e cobertura previdenciária, entre outros benefícios que veremos mais adiante, a grandes vantagens em escolher o MEI como regime de negócios são o baixo custo mensal e a falta de burocracia para abrir e pagar impostos.

Palavras-chaves: Crise em tempo de pandemia, pequenas empresas, Estratégia.

¹ Acadêmico do curso de Bacharelado em Administração pela Universidade Estadual do Maranhão UEMA Centro de Estudos Superiores de Codó -CESCD- accosta441@gmail.com

² Professor Mestre orientador do Trabalho de Conclusão de curso de Universidade Estadual do Maranhão (UEMA) - Centro de Estudos Superiores de Codó - CESCD inaciofaçanha@professor.uema.br

ABSTRACT

The increasingly fierce market competitiveness has led organizations to seek new strategies to survive. Among the difficulties faced by Brazilian entrepreneurs is the lack of knowledge in the market in which they operate. To face the reality of changes in the business world, companies need to know the market in which they operate, in order to face the tax liabilities, which need to be managed. The present work uses qualitative research as a methodology through a bibliographic review. The present work has the general objective of analyzing and seeking alternatives on how small businesses can overcome the crisis that sets in in times of pandemic. It is concluded that the MEI, Individual Microentrepreneur, during the pandemic is the best formalization option for freelancers who wish to become small business owners and who do not have their mortality, legalization allows the issuance of invoices, access to credit and coverage among other benefits that we will see later, the great advantages of choosing the MEI as a business regime are the low monthly cost and the lack of bureaucracy to open and pay taxes.

Keywords: Crisis in time of pandemic, Small business, Strategy.

1 INTRODUÇÃO

No contexto atual da pandemia as empresas buscam diferenciar suas estratégias de forma a melhorar sua competitividade no mercado. Essas práticas ocupam cada vez mais espaços nas organizações em decorrência da forte concorrência enfrentada. O setor de serviços, caracterizado essencialmente pela produção de bens intangíveis, tem na percepção da qualidade da prestação de serviços, o seu mais importante parâmetro de julgamento e comparação utilizado pelos consumidores na contratação. (DIAS, 2020).

Em dezembro de 2019, surgiram, vários casos de pneumonia de origem desconhecida em Wuhan na China, que se espalharam rapidamente para outras províncias chinesas. Inicialmente, acreditava-se que a disseminação ocorreu devido ao contato da maioria dos pacientes diagnosticados com o mercado de frutos do mar de Huanan, no entanto, um número crescente de pacientes, que não estiveram no mercado, apresentara sintomas de febre e tosse (BRASIL, 2020).

No Brasil, as pequenas e microempresas representam importante segmento da economia, pois respondem pela maior parte dos empregos existentes no País. Estimase que essas empresas são responsáveis por 70% da força de trabalho e por 21% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (RODRIGUES e CASTRO, 2017). Possuem uma presença marcante em diferentes cadeias produtivas, na forma de fornecedores de grandes empresas responsáveis pela produção de bens intermediários e finais, destinados em boa parte ao mercado externo.

A nova era competitiva possui características peculiares, que são impostas pelas recentes tecnologias de informações e comunicações em paralelo com as mudanças de hábitos dos consumidores como as compras pela internet que vem ganhando mercado exponencialmente. Os profissionais de marketing diante desse cenário focam suas estratégias para entender seu público alvo, para que suas necessidades e desejos sejam saciados de forma a superar as expectativas.

A qualidade no serviço, é mensurada pela satisfação do consumidor final, manifestada na repetição ou recomendação do serviço contratado. Este processo agrega valor às organizações, e por sua vez estabelece vantagens competitivas sobre mercado, obtendo assim, maior poder de retenção e conquistas de clientes.

Ser empreendedor é um desafio que nem todos estão dispostos a enfrentar, mas que apesar das dificuldades, apresenta vantagens que compensam todo o

esforço daqueles que resolvem enveredar por este universo. Assim, este estudo tem como objetivo principal apresentar as vantagens e desvantagens de ser microempreendedor destacando os desafios enfrentados por estes profissionais no processo de consolidação da empresa.

Além disso, esta pesquisa visa ressaltar a importância da formalização para os empresários informais com base nas constantes alterações legislativas, analisando o contexto da Lei e suas alterações, a qual institui a figura jurídica do microempreendedor individual, bem como demonstrar as condições financeiras para tornar-se microempreendedor individual, expondo as vantagens e desvantagens. Diante do pressuposto, o presente trabalho possui a seguinte problemática: como a empresa pode superar a crise em tempo de pandemia sob a ótica dos empresários de pequenas empresas?

O presente trabalho utiliza como metodologia a pesquisa qualitativa através de uma revisão bibliográfica. Segundo Gunther (2016), uma vantagem da pesquisa qualitativa é utilizar “dados que ocorrem naturalmente para encontrar sequências em que os significados dos participantes são exibidos e, assim, estabelecer o carácter de algum fenômeno. Esta pesquisa se refere à uma abordagem qualitativa, onde deseja pegar as essências do problema e acredita-se que será capaz de verificar a qualidade da temática em questão.

O presente trabalho tem como objetivos geral analisar e buscar alternativas de como as pequenas empresas podem superar a crise que se instala em tempos de pandemia e como objetivos específicos: avaliar as micros e pequenas empresa e o empreendedorismo; analisar a taxa de mortalidade de empresas; verificar o micro empresário no papel de cliente.

Assim, a este estudo se justifica pela contribuição que traz aos empreendedores que ainda têm dúvidas sobre a decisão de empreender, pois apresenta de forma clara as principais vantagens e desvantagens deste segmento. Este estudo é importante também para a sociedade pois a partir dos resultados apresentados nesta pesquisa a pessoa que pretende ser um microempreendedor poderá saber e avaliar se é a melhor decisão a ser tomada. Além de contribuir como as pesquisas voltadas para esse ramo.

2 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E EMPREENDEDORISMO

No Brasil, as pequenas e microempresas representam importante segmento da economia, pois respondem pela maior parte dos empregos existentes no País. Estima-se que essas empresas são responsáveis por 70% da força de trabalho e por 21% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (CASTRO, 2017). Possuem uma presença marcante em diferentes cadeias produtivas, na forma de fornecedores de grandes empresas responsáveis pela produção de bens intermediários e finais, destinados em boa parte ao mercado externo.

A maioria dos negócios que hoje estão em funcionamento é formada por micro e pequenas empresas conforme aponta Sebrae (2019) que as pequenas e micro empresas renderam uma receita de 647 bilhões de reais em 2019 um aumento de 5,5% quando comparado com 2018, sendo esse aumento essencial para a economia do País. São empresas geradoras de empregos e riquezas, o que auxilia o desenvolvimento do produto interno do País.

Segundo os dados do Sebrae (2019), atualmente as Micro e Pequenas empresas reúne cerca de 45% dos trabalhadores do país e estão presentes na economia de aproximadamente 80% dos municípios brasileiros. Esse percentual revela a grande atuação dessas empresas no cenário econômico.

As pequenas e micro empresas são uma das principais bases de sustentação da economia brasileira, quer pela sua enorme capacidade geradora de empregos, quer pelo representativo número de estabelecimentos desconcentrados geograficamente. Estudos demonstram que aproximadamente 52,3% das pessoas ativas do país, que corresponde cerca 34,4% da remuneração representa ainda 20% do produto interno bruto (PIB). Isso significa a grande expansão das micro e pequenas empresas na geração de emprego e renda do país. (SEBRAE, 2019)

Apesar deste número crescente, muitos profissionais ainda têm dúvidas sobre a decisão de ser dono do próprio negócio ou continuar trabalhando na condição de funcionário. De fato, a decisão de ser empreendedor não é fácil pois para o empreendedorismo envolve questões bastantes complexas, como é o caso da responsabilidade que aumenta consideravelmente.

Não existe um padrão universal que defina ou classifique as MPE's, pois cada órgão, estado, região ou país tem sua própria definição. Existem diversos critérios

que são utilizados na definição das MPE's, que se baseiam em vários indicadores como: número de empregados, capital social, receita operacional líquida, valor do ativo imobilizado, faturamento entre outros, os chamados critérios quantitativos ou econômicos, que permitem oportunidades de análises comparativas e estatísticas de caráter temporário e se referem às diferentes partes da atividade empresarial.

Já os critérios qualitativos são de natureza mais social, que ajudam na compreensão da dinâmica da empresa, referem-se à estrutura interna, técnicas comerciais e operacionais, sua organização, atendimento, qualidade dos produtos ou serviços e na satisfação de clientes e funcionários, conforme cita Fioreli (2018, p. 13):

Dessa forma, o parâmetro (ou parâmetros) escolhido para definição não representa a empresa toda no seu encaixe real no mundo dos negócios, pois é difuso, e ora abrange uma faixa de firmas, ora outra, sem que venha a traduzir um universo representativo de características comuns.

Diante deste contexto, observa-se que os critérios de classificação são de muitos tipos e tocam em diferentes componentes da atividade empresarial, e a variedade dos mesmos demonstra a diversidade dos fins que se pretende alcançar ou o ponto de vista que se quer estudar a pequena empresa.

A definição de micro e pequena empresa é relativa, podendo depender do número de empregados, faturamento e da comparação com outra empresa ou outro quesito, o critério para a classificação de uma empresa quanto ao porte depende da instituição que propõe a classificação e das variáveis analisadas.

Tabela 1. Critérios para classificação e conceituação de empresas de pequeno porte

CRITÉRIOS QUANTITATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de empregados; ▪ Valor de faturamento; ▪ Valor de ativo fixo (imobilizado);
CRITÉRIOS QUALITATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incipiente especialização em termos de organização e administração; ▪ Dificuldades de acesso ao mercado de capitais;

- Dificuldades de obtenção de crédito;
- Relacionamento pessoal do empresário ou administrador com seus empregados;
- Relacionamento pessoal do empresário ou administrador com seus clientes;
- Participação e domínio dos respectivos mercados;
- Independência de grupos de empresas.

Fonte: SEBRAE (2019)

As micro e pequenas empresas podem ser classificadas de acordo com o número de empregados e assumem com o faturamento bruto anual.

Tabela 2. Classificação de empresas de pequeno porte

PORTE/SETOR	INDUSTRIA	COMERCIO E SERVIÇOS
MICROEMPRESAS	Até 19	Até 9 empregados
EMPRESAS DE PEQUENO PORTE	De 20 a 99	De 10 a 49
MÉDIAS	De 100 a 499	De 50 a 99
GRANDES	500 ou mais	100 ou mais

Fonte: SEBRAE (2017)

Mintiberg (2012) asseveram que, existem critérios mais utilizados para classificar as empresas de pequeno porte: número de empregados, faturamento, investimento (ativo permanente), capital registrado e quantidade produzida.

Atualmente existem duas classificações principais: por faturamento e por número de empregados. A primeira está relacionada à questão fiscal e legal; já a segunda, é em termos gerais a mais usada, inclusive pelo SEBRAE e por outras instituições de amparo à pequena empresa.

O SEBRAE (2019), estabelece o critério de classificação pelo número de contratações, como: as micro que contratem até 09 pessoas nos setores do comércio e serviços, ou até 19, no caso dos setores industrial ou de construção. As pequenas são definidas como as que empregam de 10 a 49 pessoas, no caso de

comércio e serviços, e 20 a 99 pessoas, no caso de indústria e empresas de construção.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) adota como parâmetro para a concessão de créditos, um faturamento diferenciado da Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas. A microempresa deve ter receita bruta anual de até R\$ 1,2 milhão; as pequenas empresas, superior a R\$ 1,2 milhão e inferior a R\$ 10,5 milhões. (CONSULTOR TAGPLUS, 2019).

De um modo geral, a empresa fica então, impossibilitada de gozar dos incentivos ou isenções fiscais oferecidos no estado. Paralelamente, os órgãos de apoio como o SEBRAE e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apesar de adotarem o número de empregados como critério de classificação para MPE's, os limites máximos de ocupação variam entre o setor de comércio, indústria e serviço. (IBGE, 2020).

De acordo com Souza (2015, p.13), várias são as justificativas para as contribuições socioeconômicas das pequenas empresas:

Estímulo à livre iniciativa e à capacidade empreendedora; Relação capital/trabalho com mais harmonia; Contribuição para a geração de novos empregos e absorção de mão-de-obra; Manutenção de certo nível de atividade econômica em determinadas regiões; Efeito amortecedor das distorções na atividade econômica; Efeito amortecedor dos impactos do desemprego; Potencial de assimilação, adaptação, introdução e, algumas vezes, geração de novas tecnologias de produto e de processo; Contribuição para a descentralização das atividades econômicas, em especial na função de complementação às grandes empresas.

No Brasil, as pequenas e microempresas representam importante segmento da economia, pois respondem pela maior parte dos empregos existentes no País. Estimase que elas são responsáveis por 70% da força de trabalho e por 21% do PIB nacional (KNAPIK, 2018). Possuem uma presença marcante em diferentes cadeias produtivas, na forma de fornecedores de grandes empresas responsáveis pela produção de bens intermediários e finais, destinados em boa parte ao mercado externo.

A competitividade das MPE's brasileiras, principalmente aquelas das cadeias produtivas em que estão inseridas grandes empresas, é essencial ao desenvolvimento do País. Se uma pequena empresa da cadeia não é competitiva, a competitividade de toda a cadeia poderá ser comprometida.

Apesar da importância econômica, tanto em países altamente industrializados, quanto naqueles em recente industrialização, as MPE's ainda enfrentam dificuldades, particularmente nas nações em desenvolvimento. Na sequência das dificuldades mais citadas aparecem aquelas relacionadas à atual conjuntura da economia brasileira: taxas de juros elevadas (citada por 22% das MPE's), situação econômica do país (21%), inadimplência de clientes (20%) e falta de clientes (14%). Um terceiro bloco relevante de dificuldades envolve aquelas que são comuns às próprias MPE's: despesas com aluguel (citada por 14% das MPE's), falta de capital (14% das MPE's) e a concorrência de outras empresas (12%). (SEBRAE, 2018)

A geração de novos empreendimentos constitui um dos fatores da prosperidade social, econômica e financeira, na medida em que permite a geração de novos empregos e de oportunidades para a sociedade, além de contribuir para o aumento da competitividade e a eficiência econômica. São as empresas, as responsáveis pela geração da renda nacional e criação ou implementação de inovações e oportunidades.

Neste sentido, destacam-se aspectos como uma consultoria empresarial, administração, cursos que capacitem os empreendedores quanto aos recursos pessoais, finanças, fluxo de caixa equilibrado, controle de despesas mercado e produção, controle de despesas, capacidade de negociar, atenção aos clientes, entre outras coisas.

O empreendedorismo é uma revolução que será para o século XXI mais do que a revolução industrial representou para o século XX. Esta afirmação explica em parte por que os países em desenvolvimento têm investido tanto em programas que visem o desenvolvimento do empreendedorismo, pois conforme Figueiredo (2017), com a reorientação do papel do Estado, os cidadãos se vêm cada vez mais responsáveis pelo seu próprio destino e buscam reduzir a dependência da intervenção estatal na economia, criando seus próprios negócios.

Nos últimos anos, o empreendedorismo começa a se destacar no Brasil como Impulsionador econômico e passa a receber maior atenção tanto do estado quando das empresas privadas, buscando evoluir do modelo tradicional de fluxo de recursos para o modelo mais dinâmico, onde as empresas investem parte do que pagariam de impostos diretamente em projetos de iniciativa empreendedores são tratados como o "grande motor" da economia.

Entende-se de empreendedorismo, a dedicação, o tempo e esforço para criação de algo novo, arcando com as consequências sociais, financeiras e psíquicas, e logo recebendo as recompensas decorrentes da satisfação e independência pessoal e econômica (OLIVEIRA, 2018).

3 TAXA DE MORTALIDADE DE EMPRESAS NA PANDEMIA

As empresas são importantes para que qualquer município, Estado ou nação se desenvolva. Afinal, vive-se num mundo capitalista, em que o lucro é importante e, para que haja lucro, a moeda precisa circular. Para tal, as pessoas compram, vendem e realimentam o sistema. Porém, muitas empresas não suportam nem os primeiros anos de vida e acabam fechando.

Os resultados da pesquisa nacional concluída no primeiro semestre de 2020 pelo SEBRAE em conjunto com a Fundação Universitária de Brasília (FUBRA) revelam as seguintes taxa de mortalidade para as MEPES brasileiras constituídas nos anos de 2019 e 2020 49,4% encerraram as atividades com até dois anos de existência, 56,4% com até três anos e 59,9% não sobrevivem além dos quatro anos.

Na mesma pesquisa foi apontado que as causas da alta mortalidade das MEPES no Brasil durante a pandemia estão fortemente relacionadas, em primeiro lugar, a falhas gerenciais na condução dos negócios, seguida de causas econômicas conjunturais e tributação. De acordo com o estudo do SEBRAE (2017), nacional, muitas são as causas apontadas para a finalização das atividades de uma empresa, dentre elas:

Encontra-se em primeiro lugar entre as causas do fracasso, questões relacionadas a falhas gerenciais na condução dos negócios, expressas nas razões: falta de capital de giro (indicando descontrole do fluxo de caixa), problemas financeiros (situação de alto endividamento), ponto inadequado (falhas no planejamento inicial) e falta de conhecimentos gerenciais. Em segundo lugar, predominam as causas econômicas conjunturais, como a falta de clientes, maus pagadores e recessão econômica no país, sendo que o fator “falta de clientes” pressupõe também, falhas no planejamento inicial das empresas (SEBRAE, 2017, p.14).

A concorrência entre mercados sendo cada vez maior, a unificação de empresas com novos concorrentes aparecendo a todo o momento, os clientes sendo cada vez mais exigentes tanto com a empresa como com os produtos, a abertura de mercados; todas essas e mais tantas outras mudanças, fazem com que as empresas

obrigatoriamente acompanhem o que está acontecendo o tempo todo no mundo dos negócios.

É necessário que as empresas se modernizem, se adaptem às novas realidades, aplicando novas formas de administrar ou aperfeiçoando e melhorando as práticas que já existem dentro das organizações. E para se obter sucesso, no mundo dos negócios, um grande auxiliar da administração moderna é a tecnologia da informação.

Segundo Chizzotti (2019), o processo atual de transformação mercadológica e tecnológica expande-se exponencialmente em razão da sua capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida, ou seja, cada vez mais estamos inseridos nesta economia digital, onde as informações circulam de forma cada vez mais rápida, e ainda, surge a necessidade das empresas terem informações mais precisas que possibilitem uma melhor administração do negócio.

Ainda segundo Chizzotti (2019) informação e conhecimento sempre foram elementos cruciais no crescimento da economia, e a evolução da tecnologia, determinou em grande parte a capacidade produtiva da sociedade. As novas tecnologias da informação se tornam cada dia mais flexíveis, o que possibilita que a própria informação se torne o produto do processo produtivo.

Grazziotin (2019), afirma que, o destino de uma organização pode ser afetado profundamente por suas decisões tecnológicas, a ousadia nessas horas pode levar a casos de sucesso de grande repercussão ou a estrondosos fracassos. E, para complicar a situação, as decisões precisam ser tomadas com muita agilidade, em tempos de competição tão acirrada.

Mesmo com os benefícios dos quais usufruem as MPE, o índice de falências ainda é demasiadamente alto. O SEBRAE informou no relatório de pesquisa de agosto de 2004 que ainda é muito alto o número de empresas que não chegam ao quinto ano de vida. De acordo com o referido documento, 49,9% encerram as atividades em até dois anos de existência, elevando-se para 53,4% em três anos, chegando a 59,9% em quatro. Dentre os setores de atividade das empresas extintas no Brasil em 2003, 51% concentraram-se no comércio, 47% no setor de prestação de serviços e apenas 2% no setor industrial (SEBRAE, 2015).

3.1 O micro empresário no papel de cliente

O cliente é quem dita as regras do jogo. Surge então, a necessidade de investir no marketing de relacionamentos, cuja característica principal está no processo contínuo de identificação e criação de valores com clientes individuais e no compartilhamento de seus benefícios durante uma vida toda de parceria, proporcionando à organização um diferencial com poder de competir e de conquistar novos clientes (MARIANI, 2017).

Analisando o mercado atual, onde as opções de produtos e suas regulamentações são bastante generalizadas, encontra-se o diferencial no relacionamento com o cliente, presente desde a abordagem até a pós venda. Atendimento ao cliente é o item fundamental das empresas, que utilizam suas habilidades para satisfazer às necessidades contínuas desses, voltando sua gestão para fortalecer os relacionamentos em toda a prestação de serviço oferecida. E os clientes, por sua vez, tomam suas decisões com base nesses relacionamentos, norteando-se “no modo como são tratados e como se sentem em relação a você” (CALVACANTI, 2010, p. 2-3).

Como o foco de qualquer organização é sempre o cliente, a empresa terá que saber encantá-lo, e, para que isso aconteça, não bastam palavras bonitas, deve-se estar sempre estreitando o relacionamento cliente-empresa.

Reinhard (2016, p. 196) explica que o “atendimento depende de pessoas e pessoas demandam atenção, cuidado, respeito, consideração. Portanto, primar pelo atendimento ao cliente implica em primeiro realizar o atendimento ao cliente interno, valorizando-o e reconhecendo-o”. As empresas que alcançaram o sucesso serão as que conseguem fazer estas combinações, entendendo que investimentos em treinamentos são essenciais ao negócio.

Proporcionar aos clientes um relacionamento prazeroso e de confiança é o mesmo que investir na conquista da sua lealdade, levando-os a pensar duas vezes antes de experimentar outra marca.

3.2 A mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras crime em meio a pandemia

Segundo Gonçalves (2019), as micro e pequenas empresas desempenham importante papel na descentralização industrial, principalmente em países como o Brasil onde há alto desequilíbrio regional. As MPEs na pandemia tornaram-se uma alternativa de ocupação para uma pequena parcela da sociedade que tem interesse e condição de desenvolver seu negócio próprio e também em uma alternativa de emprego formal ou informal, para um grande número de desempregados, que em geral possui pouca qualificação e não conseguem emprego nas empresas de maior porte (IBGE, 2020).

Segundo Grazziotin (2019), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE desenvolveu em 2019 um amplo estudo sobre as principais características de gestão das MPEs brasileiras. Entre os principais achados estão:

- i. Baixo volume de capital empregado; ii. Altas taxas de natalidade e mortalidade;
- iii. Presença significativa de proprietários, sócios e funcionários com lações familiares;
- iv. Grande centralização do poder decisório;
- v. Não distinção da pessoa física do proprietário com a pessoa jurídica, inclusive em balanços contábeis;
- vi. Registros contábeis pouco adequados; vii. Contratação direta de mão-de-obra; viii. Baixo nível de terceirização;
- ix. Baixo emprego de tecnologias sofisticadas;
- x. Baixo investimento em inovação tecnológica; xi. Dificuldade de acesso a financiamento de capital de giro; xii. Dificuldade de definição dos custos fixos; xiii. Alto índice de sonegação fiscal; xiv. Contratação direta de mão-de-obra; xv. Utilização intensa de mão-de-obra não qualificada ou sem qualificação.

As características das MPEs brasileiras também foram tema de estudo de Leone (2019), que estão listada no Quadro 3. A autora identificou três vias de especificidades que caracterizam as MPEs: organizacionais, decisórias e individuais.

É notável a presença de semelhanças entre as análises do IBGE (2020) e de Leone (2019) no que diz respeito aos aspectos de caracterização das MPEs brasileiras. Nas duas pesquisas destacam-se três pontos principais na análise das micro e pequenas empresas: escassez de recursos, gestão informal e baixa qualidade gerencial.

Quadro 1 - Características das MPEs brasileiras

ESPECIFICIDADES ORGANIZACIONAIS	<ul style="list-style-type: none"> i. Pobreza de recursos; ii. Gestão centralizadora; iii. Situação extra-organizacional incontrolável; iv. Fraca maturidade organizacional; v. Fraqueza das partes no mercado; vi. Estrutura simples e leve; vii. Ausência da atividade de planejamento formal; viii. Fraca especialização; ix. Estratégia intuitiva e pouco formalizada; x. Sistema de informações simples.
ESPECIFICIDADES DECISIONAIS	<ul style="list-style-type: none"> i. ii. Tomada de decisão intuitiva; iii. Horizonte temporal de curto prazo; iv. Inexistência de dados quantitativos; Alto grau de autonomia decisional; v. Racionalidade econômica, política e familiar.
ESPECIFICIDADES INDIVIDUAIS	<ul style="list-style-type: none"> i. ii. Onipotência do proprietário-dirigente; iii. Identidade entre pessoa física e jurídica; iv. Dependência ante certos empregados; v. Influência pessoal do proprietário-dirigente; Simbiose entre patrimônio social e pessoal; vi. Propriedade dos capitais; vii. Propensão a riscos calculados.

Fonte: Adaptado de Leone (2019).

A partir dessas três vias pode-se construir uma imagem mais clara da caracterização das MPEs brasileira na pandemia:

Primeira via: as MPEs foram identificadas como mais centralizadas, tendo sua estrutura organizacional simples, necessitando de um número reduzido de funções administrativas. A complexidade e os custos não deixam essas empresas terem uma administração mais sofisticada, em razão de suas características naturais. Elas são caracterizadas por nível de maturidade organizacional muito baixo, prejudicando em seu desenvolvimento. Os processos de planejamento e de controle são, geralmente, pouco formalizados e quantificados. É nítida a falta de especialização tanto na direção quanto no quadro de empregados e na tecnologia.

Segunda via: a tomada de decisão é fundamentada na experiência, no julgamento ou na intuição do proprietário-dirigente, e na grande parte do tempo, dentro de uma ótica operacional de curto prazo. Dessa forma, o proprietário-dirigente não tem tempo e nem habilidades necessárias para adotar uma atitude mais analítica e estratégica. Os processos de decisão são centralizados nele, e geralmente o tempo dessas decisões são curtos, o que pode explicar tanto os sucessos registrados por algumas empresas quanto os prejuízos de outras. Essa falta de administração é refletida na ausência de informações para uma tomada de decisão efetiva.

Terceira via: as pequenas e médias empresas caracterizam-se pelo papel hegemônico de um só indivíduo na organização, seja o empreendedor, seja

o proprietário dirigente. É evidente que essa situação influencia todos os aspectos da empresa, como a estrutura, o desempenho e o clima organizacional. Geralmente os objetivos dos proprietários- dirigentes explicitam suas aspirações pessoais e se elas não forem satisfeitas pode-se dizer que a empresa não tem eficácia.

A existência, o funcionamento e a expansão das PMEs são afetados pelo percurso pessoal de seu dirigente, em alguns casos, não se está longe de uma quase identidade entre a família e a empresa. Tudo que afeta uma, também afeta a outra, as PMEs são, frequentemente, pessoais ou familiares, mesmo no caso de sociedade anônima.

Em consequência, há uma congruência de patrimônio pessoal e empresarial, que pode colocar em risco o capital próprio do dirigente. Vale ainda ressaltar que o dirigente trabalha muito próximo de seus empregados e, por causa dessa situação inusitada, conhece mais os problemas pessoais de seus colaboradores, o comportamento dele é, fundamentalmente, paternalista, às vezes egocêntrico (REIS, 2019).

A concorrência entre mercados na pandemia, está sendo cada vez maior, a unificação de empresas com novos concorrentes aparecendo a todo o momento, os clientes sendo cada vez mais exigentes tanto com a empresa como com os produtos, a abertura de mercados; todas essas e mais tantas outras mudanças, fazem com que as empresas obrigatoriamente acompanhem o que está acontecendo o tempo todo no mundo dos negócios. É necessário que as empresas se modernizem, se adaptem às novas realidades, aplicando novas formas de administrar ou aperfeiçoando e melhorando as práticas que já existem dentro das organizações. E para se obter sucesso, no mundo dos negócios, um grande auxiliar da administração moderna é a tecnologia da informação.

Segundo Chizzotti (2019), o processo atual de transformação mercadológica e tecnológica expande-se exponencialmente em razão da sua capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida, ou seja, cada vez mais estamos inseridos nesta economia digital, onde as informações circulam de forma cada vez mais rápida, e ainda, surge a necessidade das empresas terem informações mais precisas que possibilitem uma melhor administração do negócio.

Ainda segundo Chizzotti (2019) informação e conhecimento sempre foram elementos cruciais no crescimento da economia na pandemia, e a evolução da tecnologia, determinou em grande parte a capacidade produtiva da sociedade. As novas tecnologias da informação se tornam cada dia mais flexíveis, o que possibilita que a própria informação se torne o produto do processo produtivo.

Knapik (2018), afirma que, o destino de uma organização pode ser afetado profundamente por suas decisões tecnológicas. A ousadia nessas horas pode levar a casos de sucesso de grande repercussão ou a estrondosos fracassos. E, para complicar a situação, as decisões precisam ser tomadas com muita agilidade, em tempos de competição tão acirrada.

4 CONCLUSÃO

O ato de empreender faz parte do espírito do brasileiro, acreditar que ter o seu próprio negócio estão entre os principais motivos que levam a fazer com que o número dos negócios próprios (formais e informais) cresçam a cada dia. Ser empreendedor está ligado a uma postura, uma forma de ver o mundo. Além disso, o empreendedor sabe que um fracasso é apenas uma oportunidade de aprender e ser melhor, e não se deixa abalar com isso.

É indiscutível a importância estratégica das empresas de micro e pequeno porte para o desenvolvimento de qualquer localidade, garantir, entretanto, que essas empresas possam gerenciar o “seu negócio”, tem se tornado um grande desafio aos apoiadores do segmento e órgãos governamentais. Nestes tempos de constantes mudanças provocadas pela evolução tecnológica, globalização e competição em tempo real, a informação tornou-se uma ferramenta estratégica nas empresas, envolvendo os diversos aspectos de relacionamento da organização com o ambiente externo e interno.

Atualmente na pandemia, os negócios são focados na gestão da informação e do conhecimento sobre o ambiente, os clientes, os produtos e os concorrentes. Para sobreviver nesse mercado competitivo e volátil, tornou-se necessário dotar a empresa de processos de gerenciamento da informação para aumentar a eficácia e eficiência da gestão estratégica organizacional.

Portanto, é sugerido para a empresa que a relação entre o planejamento de estratégico nas empresas seja aplicada, para sobreviver, a esse momento de crise no Brasil, por outro lado, as práticas de gestão de pessoas das empresas possibilitaram que as ações de marketing interno fossem ao encontro de seus objetivos. A criação de um relacionamento duradouro com o cliente permite a empresa, seus produtos e/ou serviços se posicionarem mais adequadamente na mente do consumidor, possibilitando a empresa melhor conhecer o cliente, qualificá-lo e comunicar-se com ele de forma adequada, ou seja, com mensagens que o interessam. Essa interação com o cliente permite gerar um diálogo de mão dupla, que se administrado corretamente, migrará para a fidelização do cliente, que passará a confiar e acreditar nos produtos e/ou serviços ofertados pela empresa.

Conclui-se que o MEI, Microempreendedor Individual, durante a pandemia é a melhor opção de formalização para freelancers que desejam se tornar donos de pequenos negócios e que não tenha sua mortalidade, a legalização permite a emissão de notas fiscais, acesso a crédito e cobertura previdenciária, entre outros benefícios que veremos mais adiante, as grandes vantagens em escolher o MEI como regime de negócios são o baixo custo mensal e a falta de burocracia para abrir e pagar impostos.

REFERÊNCIAS

- CASTRO, Janete. **Gestão de pessoas e talentos**. 2. ed. Curitiba: Ibpex, 2017.
- CONSULTOR TAGPLUS. **Entenda qual é a diferença de micro e pequena empresa**. 2019. Disponível em: <<http://blog.tagplus.com.br/entenda-qual-e-adiferenca-de-micro-e-pequena-empresa/>>. Acesso em: 29 de Abr de 2020.
- CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. São Paulo: Cortez, 2019.
- DIAS, Sérgio Roberto (Coord). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2020.
- FIGUEIREDO, S.; CAGGIANO, P. C. **Controladoria: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- GONÇALVES, M.F. **A pequena empresa e expansão industrial**. Lisboa: Associação Industrial Portuguesa, 2019.
- GUNTHER. **Métodos Científicos**. 3. Ed. São Paulo. 2016.
- GRAZZIOTIN, Marcelo Rugeri. **Tratamento jurídico diferenciado à pequena empresa no processo do trabalho**. São Paulo: LTr, 2019.
- IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil**. 2020. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/microempresa2001.pdf>>. Acesso em: 29 de Abr de 2020.
- KNAPIK, Janete. **Gestão de pessoas e talentos**. 2. ed. Curitiba: Ibpex, 2018.
- MARIANI, A. et al. A qualificação administrativa dos profissionais de empresas de estética e beleza. **Revista Científica da Faculdade Darcy Ribeiro**, n. 4, jul/dez. 2017.
- OLIVEIRA, D. P. R. **Estratégia empresarial: uma abordagem empreendedora**. São Paulo: Atlas, 2018.
- REINHARD, N. Evolução das ênfases gerenciais e de pesquisa na área de tecnologia de informática e de comunicações aplicada nas empresas. **Revista da Administração**, São Paulo, v. 31, p. 5-6, 2016.
- REIS, Z.R. **Micro e pequenas empresas: a importância de aprender a empreender**. 2019.
- SEBRAE. **Fluxo de Caixa**. Coleção Saiba Mais. São Paulo: Sebrae, 2017.
- SEBRAE. **Sobrevivência e mortalidade das empresas na pandemia**. São Paulo, 2019.

SOUZA, P. D. S. S., dos Santos Alves, S. A., da Silva, T. T., Rizzo, M. R., & Athayde, T. R. **Microempreendedor Individual e Seus Aspectos de Transição.** *Revista Eletrônica Organizações e Sociedade*, 5(4), 65-78. 2015.