

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RICARDO MENDES GARCÊS

**PERMANÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MERCADO:
um estudo da região de São Luís do Maranhão**

São Luís

2019

RICARDO MENDES GARCÊS

**PERMANÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MERCADO:
um estudo da região de São Luís do Maranhão**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito parcial para obtenção de
título de Bacharel em Administração da Universidade
Federal do Maranhão - UFMA

Orientador: Prof. Dr. Hélio Trindade Matos

São Luís

2019

Garcês, Ricardo Mendes.

Permanência das micro e pequenas empresas no mercado: um estudo da região de São Luís do Maranhão/ Ricardo Mendes Garcês. – 2019.

18 f.

Orientador: Hélio Trindade de Matos.

Monografia (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2019.

1. Empreendedorismo. 2. Micro e Pequenas Empresas 3. Permanência no mercado. I. Matos, Hélio Trindade de. II. Título.

RICARDO MENDES GARCÊS

**PERMANÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MERCADO:
um estudo da região de São Luís do Maranhão**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito parcial para obtenção de
título de Bacharel em Administração da Universidade
Federal do Maranhão - UFMA

Aprovado em: 10/12/2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Hélio Trindade de Matos
Dr. em Administração de Empresas
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Ademir da Rosa Martins
Dr. em Informática na Educação
Universidade Federal do Maranhão

Prof. João Maurício Carvalho Beserra
Me. em Administração e Controladoria
Universidade Federal do Maranhão

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar devo agradecer a Deus, por todas as bênçãos, força de vontade e capacidade para persistir atrás dos meus sonhos.

Sem as pessoas que me deram auxílio, nada disto seria possível. Um agradecimento especial a minha namorada Jakelini de Oliveira, que me incentiva incessantemente durante estes quase 5 anos juntos.

Impossível não agradecer ao meu berço familiar, responsável por me proporcionar tudo o que tenho e sou, além de me tornarem ambicioso por um futuro melhor e todos os demais fatos, ao José Benedito, Maria do Livramento e Rodrigo Mendes. Além dos demais familiares, em especial ao meu Tio Zeca.

Agradeço também aos meus amigos e colegas que me ajudaram no decorrer desta caminhada, em especial ao meu amigo Rafael Arruda e Igor Estrela. Não deixando de agradecer aos amigos e colegas da Secretaria de Estado da Cultura, que viabilizaram a parte prática deste artigo científico, através da divulgação do questionário.

Ao fim deste, agradeço imensamente ao viabilizador deste artigo, o professor, orientador e amigo Hélio Trindade de Matos, responsável por me possibilitar a concretização de um ciclo.

RESUMO

O presente estudo teve como ponto de partida uma pesquisa desenvolvida em São Bernardo do Campo/SP, que buscava compreender o motivo de empresas superarem a taxa de mortalidade empresarial e a predatória concorrência mercadológica. Portanto, este estudo apresenta os resultados obtidos na cidade de São Luís do Maranhão, para compreender os motivos de permanência no mercado das Micro e Pequenas empresas locais. Para isso, foi realizada uma pesquisa exploratória com a aplicação de um questionário do tipo Likert com cinco pontos, tendo por objetivo realizar a verificação relativa ao grau de concordância ou não dos empresários participantes com as assertivas estabelecidas para o estudo por meio do cálculo do Ranking Médio (RM). Os principais resultados apontam que o Conhecimento e know-how dos proprietários e a equipe formada na constituição da empresa fazem toda a diferença para que as MPEs atingissem uma taxa de sobrevivência acima da média.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Micro e Pequenas Empresas. Permanência no mercado

ABSTRACT

This study had as its starting point a research developed in São Bernardo do Campo / SP, which sought to understand the reason why companies outperform the corporate mortality rate and predatory market competition. Therefore, this study presents the results obtained in the city of São Luís do Maranhão, to understand the reasons for staying in the local Micro and Small Business market. For this, an exploratory research was conducted with the application of a five-point Likert questionnaire, aiming to verify the degree of agreement or not of the participating entrepreneurs with the assertions established for the study by calculating the Ranking. Medium (RM). The main results point out that the knowledge and know-how of the owners and the team formed in the constitution of the company make all the difference so that the MSEs reach an above average survival rate.

Keywords: Entrepreneurship. Micro and Small Business. Market permanence

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Principais fatores de mortalidade das empresas e permanência no mercado	12
Quadro 2 – Assertivas estabelecidas para o estudo	12
Quadro 3 – Consolidação das respostas obtidas	14
Quadro 4 – Consolidação das respostas obtidas	15
Quadro 5 – Consolidação das respostas obtidas	15

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	REFERENCIAL TEÓRICO	9
2.1	Micro e pequenas empresas (MPEs)	9
2.2	Principais fatores responsáveis pela mortalidade e permanência das MPE's	10
3	METODOLOGIA.....	12
3.1	Assertivas formuladas	12
3.2	Análise dos dados.....	13
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	13
4.1	Perfil.....	13
4.2	Análise dos itens um ao dez.....	13
4.3	Análise dos itens onze a quinze.....	15
4.4	Análise dos itens dezesseis a dezoito	15
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
	REFERÊNCIAS.....	17

PERMANÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MERCADO: um estudo da região de são luís

Ricardo Mendes Garcês¹
Hélio Trindade de Matos²

Resumo: O presente estudo teve como ponto de partida uma pesquisa desenvolvida em São Bernardo do Campo/SP, que buscava compreender o motivo de empresas superarem a taxa de mortalidade empresarial e a predatória concorrência mercadológica. Portanto, este estudo apresenta os resultados obtidos na cidade de São Luís do Maranhão, para compreender os motivos de permanência no mercado das Micro e Pequenas empresas locais. Para isso, foi realizada uma pesquisa exploratória com a aplicação de um questionário do tipo Likert com cinco pontos, tendo por objetivo realizar a verificação relativa ao grau de concordância ou não dos empresários participantes com as assertivas estabelecidas para o estudo por meio do cálculo do *Ranking* Médio (RM). Os principais resultados apontam que o Conhecimento e *know-how* dos proprietários e a equipe formada na constituição da empresa fazem toda a diferença para que as MPEs atingissem uma taxa de sobrevivência acima da média.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Micro e Pequenas Empresas. Permanência no mercado

1 INTRODUÇÃO

Para Medrado *et al.* (2016), diante das dificuldades percebidas na economia brasileira pode-se considerar a existência de uma competição bastante acirrada pela manutenção do percentual do mercado obtido pelas empresas. Principalmente ao ser ponderado que grande parte das Micro e Pequenas Empresas (MPE's) fecham suas portas até o segundo ano de atividade. Nesse sentido, Gonçalves e Maciel (2006) defendem que as organizações são análogas a seres vivos, isto é, nascem, crescem e morrem. Alguns autores, como Longenecker *et al.*, destacam ainda que o tempo de vida destas organizações pode ser ampliado a partir do desenvolvimento de características distintas, como a gestão eficiente.

De acordo com SEBRAE (2014) as micro e pequenas empresas são responsáveis por grande parte do desenvolvimento econômico mundial, gerando novos postos de trabalho e contribuindo para o desenvolvimento regional. No Brasil, são consideradas muito relevantes para a economia, pois concentram 27% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, além de gerarem 52% dos empregos com carteira assinada e respondem por 40% dos salários pagos, dentre o total das empresas, 99% são micro e pequenas empresas (MPE's). No entanto, apesar de toda a relevância para a economia, esta modalidade de empresa sofre com um elevado grau de mortalidade.

Em virtude da importância das MPE's para a economia e da elevada taxa de mortalidade, o estudo ora apresentado buscou compreender os aspectos causadores da permanência ou não destas empresas no mercado, ou seja, o sucesso ou o fracasso, para melhor compreensão dos fenômenos que interferem na sua vida econômica. Diante disso foi estabelecida a seguinte questão de pesquisa: quais os principais fatores que contribuem para a permanência no mercado das MPE's sediadas na região de São Luís do Maranhão? Neste aspecto, o objetivo do estudo foi de identificar os principais fatores que contribuem para as MPE's sediadas na região de São Luís do Maranhão permanecerem no mercado.

A metodologia utilizada foi a realização de pesquisa bibliográfica e documental. Desenvolveu-se também uma pesquisa onde buscou-se identificar junto aos gestores de

¹ Acadêmico do Curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 10/12/2019, na cidade de São Luis/MA. Endereço eletrônico para contato: ricardo.garces.98@gmail.com;

² Professor orientador. Dr. em Administração de Empresas. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração da Universidade Federal do Maranhão. Endereço eletrônico para contato: helio.matos@ufma.br.

MPE's as principais estratégias adotadas por eles para que suas empresas permaneçam atuando no mercado. Cabe ressaltar que as empresas selecionadas possuem mais de um ano de registro formal e obrigatoriamente devem ser estabelecidas na região de São Luís do Maranhão.

De acordo com o Sebrae (2018), o número de empregados com carteira assinada caiu em 5%, ou seja, 1,8 milhão de trabalhadores a menos, enquanto que o número de empregados sem carteira assinada cresceu 10% , o que corresponde a 952 mil trabalhadores a mais. Neste mesmo período, o número de empresas optantes pelo Simples chegou a 11,8 milhões de estabelecimentos em maio de 2018, sendo 6,9 milhões de Microempreendedores Individuais (MEIs) e 4,9 milhões de Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Micro e pequenas empresas (MPEs)

De acordo com Matos (2016) uma das dificuldades para a melhoria das condições de permanência das MPE's no mercado pode residir justamente na grande quantidade de empreendedores que não conhecem as principais políticas públicas destinadas a este segmento empresarial. Para o mesmo autor, a adoção da figura do Microempreendedor Individual (MEI) pode ser entendida como uma política pública de incentivo à formalização dos pequenos negócios, sendo ofertado um conjunto de benefícios aos empreendedores.

Matos (2016) destaca como as principais políticas públicas de apoio às MPE's: Lei nº 9.317 de 5 de dezembro de 1996, que instituiu o Regime Simplificado de Tributação para as Micro e Pequenas Empresas, o SIMPLES NACIONAL; a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, instituída pela Lei complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006; a implantação da Lei Complementar nº 128 de 19 de dezembro de 2008, que instituiu a figura do Microempreendedor Individual (MEI) e suas alterações que visam atualizar os valores referentes às diferentes categorias empresariais. Considera-se que esse conjunto de políticas públicas possibilitam a melhoria das condições de realização das atividades dos pequenos negócios no Brasil.

Segundo o Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste (ETENE MPE, 2018) ao apresentar o Informativo sobre as MPE's, demonstra que as mesmas são identificadas em conformidade com a classificação do Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (Lei Complementar nº 123/2006), por faixas de faturamento em três grupos diferentes quanto a sua receita bruta: até R\$ 81 mil, Microempreendedor Individual (MEI); receita bruta anual até R\$ 360 mil, Microempresa; receita bruta acima de R\$ 360 mil até R\$4,8 milhões, Empresa de Pequeno Porte.

Cabe ressaltar que, de acordo com o Sebrae (2018), uma em cada quatro empresas fecham suas portas antes de completarem dois anos. De acordo com o Banco do Nordeste (2017), estas Microempresas na Região Nordeste, especificamente no Estado do Maranhão, estão alocadas principalmente no comércio, com 20.764 negócios, seguido por serviços com 11.432, negócios. Por sua vez, as pequenas empresas estão alocadas no comércio num total de 2.736, seguido pelo setor de serviços com 2.417 empresas.

O número de microempresas registradas no país, segundo o Sebrae (2018) saiu de 2,65 milhões, em 2009, para 4,14 milhões, em 2017. A expectativa, de acordo com o SEBRAE é que em 2022 este número alcance 4,66 milhões. Sendo este dado um crescimento de 75,5% no período de 23 anos, sendo 2,47% a taxa de crescimento anual. No Nordeste, mais especificamente, no Maranhão, a quantidade de Microempresas em 2009 era de 31.119, tornando-se 63.050, em 2015. Tendendo a estar por volta de 76.714, em 2019 e a atingir 85.074, em 2022. Um crescimento de 173,4% esperado para este período. Por sua vez, a quantidade de pequenas empresas registradas em 2009 foi de 5.626, tornando-se 11.067 em

2015. Tendendo a estar por volta de 14.365 em 2019, e devendo atingir 16.203 em 2022, um crescimento de 188%.

De acordo com pesquisa realizada pelo Sebrae (2016) os principais fatores de dificuldade destas empresas são: a falta de clientes com 16%, seguido por falta de capital, apresentado por 12% e a falta de conhecimento com 10%. Cabe ressaltar que neste estudo a concorrência é apontada fator dificultante apenas por 4% do total de empresas ouvidas. Explicita-se que as empresas que optaram pelo simples nacional, possuem taxa de sobrevivência correspondente ao dobro das empresas não optantes.

Nesse contexto, de acordo com o Sebrae (2016), a taxa de mortalidade de empresas no Maranhão corresponde a 29%, sendo a terceira maior do Brasil, superando a média nacional de 23%. Demonstrando, assim, a gravidade do problema deste quadro a nível nacional. Ao ser considerado a base do Maranhão, a mesma instituição, indica que se precisa de providências que melhorem a qualidade com as quais os gestores destas empresas chegam ao mercado, melhorando suas percepções e a capacidade de tomada decisões.

2.2 Principais fatores responsáveis pela mortalidade e permanência das MPE's

As MPE's têm associado ao seu grau elevado de mortalidade sua deficiência no que tange o aspecto estratégico da empresa, é o que aponta o estudo realizado por Ferreira *et al.* (2012), analisando acerca destas deficiências na Cidade de São Paulo, que possuía na época do estudo, mais da metade das empresas brasileiras de pequeno porte. Outro estudo desenvolvido por Azevedo (1992), apontou que as causas de insucesso são principalmente ocasionadas pela falta de capacidade administrativa, seguida por falta de habilidade financeira e mercadológica, sendo todas estas características oriundas do empreendedor.

Ferreira *et al.* (2012) resalta a relevância do empreendedor enquanto tomador de decisões, uma vez que em seu estudo é indicado não somente uma causa dos problemas empresariais sofridos, mas sim um conjunto de causas que estão interligadas e diretamente atreladas ao processo decisório do empreendedor. O estudo apresenta o vínculo entre empreendedor, empresa e ambiente externo. Quanto à formação do empreendedor, o autor constatou que 72% dos empreendedores possuem ao menos o segundo grau completo. Em relação à experiência, constatou que 50% destes empreendedores abriram suas empresas sem terem experiência ou com estas quase inexistindo. Destes indivíduos 75% nunca haviam sido gerentes de um negócio. Cabe ressaltar que a padronização é apontada no estudo como fator relevante para a longevidade da empresa, uma vez que as empresas com falência em um espaço de tempo reduzido, apresentavam produtos com baixa padronização, atenuando os problemas gerenciais.

No quesito planejamento o autor percebeu que 81% das empresas estudadas, não realizaram nenhum planejamento. Corrobora a esta estatística o fato de que estas empresas foram as que ficaram menos tempo abertas ao mercado, por sua vez os outros 19% realizaram planejamento o que as permitiu uma maior longevidade. 55% das empresas apresentaram problemas para conquistar e manter os clientes, este índice afeta diretamente na longevidade da empresa, uma vez que a maioria destas aponta que possuía apenas um cliente, dando poder a este frente a mesma. Atrelado a este dado tem-se que nos negócios estudados, que movimentavam um capital menor, os produtos eram de maior concorrência, portanto, sua diferenciação não se encontrava no produto em si, mas sim no preço, logo a fidelidade do cliente é difícil, uma vez que o detentor do menor preço deixe de ser aquele que ele rotineiramente compra. O autor destacou que 66% das empresas tiveram problemas com a concorrência.

Fidelis e Cândido (2006) destacam que a posse da informação alinhada às estratégias empresariais torna-se essenciais para a organização, a medida em que a informação seja utilizada de forma correta, tornando-a eficaz. Os autores tratam da relevância da seleção

correta das informações, afinal no decorrer do processo de criação da empresa, o empreendedor é bombardeado por inúmeras informações e cabe ao mesmo estabelecer este filtro.

Gorry e Morton (1989) relatam cinco etapas que transcorrem acerca do processo decisório: (1) reconhecer o problema e oportunidade; (2) buscar alternativas que indiquem as possíveis soluções; (3) análise das alternativas levantadas no item anterior; (4) escolha da melhor alternativa, levando em consideração neste processo a análise de viabilidade; (5) implementação da alternativa selecionada, colhendo os resultados da mesma.

Para Fidelis e Cândido (2006) a estratégia empresarial busca alcançar os objetivos, aliando empresa ao ambiente, através desta compatibilidade são gerados os planejamentos viáveis. As melhores tomadas de decisões irão prover um diferencial competitivo destas empresas frente às demais, independentemente de atuarem no setor de serviços ou de produtos. Esta diferenciação poderá ser no produto, no serviço, no preço, na qualidade, dentre outros fatores. Neste cenário a informação se mantém relevante para que a empresa crie e mantenha este diferencial competitivo. Chiavenato (2008) cita que dentre as causas mais comuns de falhas no negócio estão: inexperiência 72%, fatores econômicos 20% (ausência de lucro), e vendas insuficientes 11%.

De acordo com Pereira e Sousa (2019), grande parte das pequenas empresas encontram-se com pouca inovação, o que gera uma quantidade de risco elevado. Cabe ressaltar que este risco para ser coletado como dado estatístico, é levado em consideração a uma perda financeira elevada.

Chiavenato (2008) destaca que o negócio para ser considerado de sucesso, deverá saber neutralizar ameaças e principalmente identificar oportunidades em ambientes considerados adversos, levando para sua escolha a maior probabilidade de êxito e oportunidade. O espírito empreendedor tem lugar de destaque, uma vez que conduz a empresa a novos âmbitos, através da força de vontade do empreendedor e de sua profissionalização. O espírito empreendedor é destacado por Pereira e Sousa (2019) como sendo fator que pode gerar um empreendimento de sucesso, aliado aos recursos financeiros, sendo ele responsável por relacionar o empreendimento com as características pessoais do empreendedor.

Corroborando as demais afirmativas o posicionamento apontado por Paiva e Ramalho (2003) ao tratarem acerca dos motivos de fracasso das MPEs, sendo principalmente causados por falta de preparo, ausência de apoio, excesso de burocracia, ausência de crédito e de uma política pública que incentive e apoie este nicho empresarial.

Bitencourt (2014) se refere às pessoas empreendedoras como sendo as que dedicam seus recursos nos mais diferentes tipos de empresas, objetivando obter como resultado a geração de riquezas. Além de divulgar o empreender atrelado ao poder de transformar a idealização em um negócio de fato. O autor deixa também a recomendação, para que o empreendedor identifique oportunidades dos negócios, com disposição para correr os riscos, levando em consideração o desenvolvimento de um espírito empreendedor. As capacidades dos empreendedores giram ao entorno de sua motivação para criar, inovar e gerar riquezas, estes são fatores responsáveis pela permanência da empresa no mercado, tornando-a capaz de adaptar-se aos mais divergentes ambientes. O Quadro 1 apresenta os principais fatores de mortalidade e sobrevivência identificados.

Quadro 1 – Principais fatores de mortalidade das empresas e permanência no mercado

Melhores práticas de gestão: planejamento, gerenciamento e estratégia voltados ao resultado
Falta de conhecimento do mercado, dos concorrentes, da clientela e do produto/serviço ofertado
Prática de gestão eficiente, com a busca da excelência administrativa, prezar pela qualidade dos produtos e serviços, além do equilíbrio financeiro

Fonte: Bitencourt (2014)

3 METODOLOGIA

Ao considerar a replicação de uma pesquisa já realizada por Moraes e Markus (2015), este estudo adotou a mesma metodologia utilizada pelos pesquisadores e a adequação dos critérios estabelecidos para a investigação original. Ou seja, os dados foram obtidos por intermédio de um questionário autoaplicável constituído de uma página, contendo instruções e apresentação do pesquisador. Constando, inicialmente, as instruções sobre como proceder para responder aos questionamentos. Uma escala tipo *Likert* foi adotada para a obtenção de respostas, sendo adotados valores de um a cinco, cujos significados são: 1 - Discordo totalmente; 2 - Discordo pouco; 3 - Não concordo nem discordo; 4 - Concordo muito; 5 - Concordo totalmente, com a qual os participantes, com suas respostas, informaram como percebem algumas estratégias em seus negócios que os fizeram permanecer no mercado competitivo.

3.1 Assertivas formuladas

Foram estabelecidas as assertivas apresentadas no Quadro 2 para a realização do estudo.

Quadro 2 – Assertivas estabelecidas para o estudo

	ASSERTIVAS
1	Foi possível chegar até aqui por causa dos conhecimentos Técnicos e específicos dos proprietários
2	A empresa depende totalmente dos sócios, para manter-se viva
3	Conhecimento e <i>know-how</i> do proprietário
4	A equipe formada na constituição da empresa fez toda a diferença para que ela sobrevivesse a uma taxa acima da média
5	As contratações efetuadas durante os anos de inexistência desta empresa fizeram com que ela atingisse mais de um ano de vida
6	Boas práticas de fabricação/venda e de atendimento
7	Recursos humanos exclusivos
8	Somente um cliente manteve a empresa até aqui
9	A capacidade de entrega e de gestão dos preços trouxe a empresa até aqui
10	Os objetivos estão alinhados à estratégia
11	A preocupação com o <i>feedback</i> dos envolvidos no negócio fez com que a empresa chegasse até aqui
12	Tem planos de Marketing bem elaborados
13	Mesmo sem comunicar a visão e a missão, visualmente, tem um planejamento estratégico
14	A existência de um plano de negócio durante a constituição da empresa fez a diferença
15	Tem planejamento estratégico de médio e longo prazo
16	O conhecimento prévio do setor garantiu a sobrevivência da empresa
17	Fornecedores estratégicos desenvolvidos na criação da empresa colaboraram para a sobrevivência dela
18	Acesso a matérias-primas diferenciadas garantem a competitividade

Fonte: elaboração própria

3.2 Análise dos dados

O estudo adotou a estrutura apresentada por Oliveira (2005) ao ser utilizada uma escala do tipo Likert de cinco pontos, teve-se por objetivo de fazer a verificação relativa ao grau de concordância ou não dos estudantes participantes com as hipóteses estabelecidas por meio do cálculo do *Ranking* Médio (RM) da pontuação atribuída às respostas, realizando-se depois o relacionamento da frequência das respostas dos alunos.

Por fim, para o cálculo do RM foi utilizado o método de análise de escalas do tipo Likert, sendo estabelecido que valores menores que três seriam considerados como discordantes, valores maiores que três como concordantes e o valor exatamente igual a três seriam considerados como o ponto neutro ou indiferente.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Objetivando o melhor entendimento e facilitação de análise dos dados coletados, este estudo foi repartido em quatro distintos blocos: primeiro o levantamento do perfil dos pesquisados; após a análise das afirmativas de 1 a 10 (recursos internos), seguido das afirmativas 11 a 15 (competência interna), por fim as afirmativas 16 a 18 ().

Foi respeitado o anonimato dos participantes, não ocasionando assim nenhum desconforto a eles.

4.1 Perfil

Durante a realização da pesquisa deu-se a construção do perfil destes empresários. Possibilitando as análises de características comuns após consolidação das informações. Concomitante a isto fora realizada perguntas abertas para contemplar outros aspectos, sendo essas: tempo de atuação, setor de atuação, principal produto, principal concorrente, número de funcionários e formação dos sócios.

A média de longevidade das empresas pesquisadas é de 19 anos. Dentre as empresas respondentes, 57 % atuam em comércio e 43% são do ramo de serviços.

Todas as empresas estudadas conhecem profundamente seu principal produto, 57% destas conhecem seus principais concorrentes, em contrapartida 43% das empresas respondentes afirmam não ter ou desconhecem os seus concorrentes.

Com relação ao quadro de funcionários 57% dos respondentes informaram possuir cinco ou mais funcionários, por sua vez 29% afirmam terem dois ou menos funcionários, enquanto os 14% restantes possuem entre três e quatro funcionários.

Das empresas que tiveram seus dados coletados, 72% possuem entre seus sócios a formação de ensino superior, 22% possuem ensino fundamental completo e 7% possuem ensino técnico em nutrição.

4.2 Análise dos itens um ao dez

Este bloco trata das afirmativas de 1 a 10, que tratam acerca dos recursos internos que podem ser diferenciais para que a empresa se mantenha viva. Os dados coletados são representados no Quadro 3, incluindo o *ranking* médio (RM) das respostas obtidas.

Quadro 3 – Consolidação das respostas obtidas

	Itens do questionário	Discordo totalmente	Discordo pouco	Não discordo nem concordo	Concordo muito	Concordo totalmente	RM
1	Foi possível chegar até aqui por causa dos conhecimentos Técnicos e específicos dos proprietários	0,00%	0,00%	14,29%	28,57%	57,14%	4,43
2	A empresa depende totalmente dos sócios, para manter-se viva	0,00%	14,29%	14,29%	28,57%	42,86%	4,00
3	Conhecimento e <i>know-how</i> do proprietário	0,00%	7,14%	7,14%	28,57%	57,14%	4,36
4	A equipe formada na constituição da empresa fez toda a diferença para que ela sobrevivesse a uma taxa acima da média	0,00%	0,00%	7,14%	35,71%	57,14%	4,50
5	As contratações efetuadas durante os anos de inexistência desta empresa fizeram com que ela atingisse mais de um ano de vida	14,29%	0,00%	35,71%	21,43%	28,57%	3,50
6	Boas práticas de fabricação/venda e de atendimento	0,00%	0,00%	7,14%	7,14%	85,71%	4,79
7	Recursos humanos exclusivos	7,14%	7,14%	35,71%	0,00%	50,00%	3,79
8	Somente um cliente manteve a empresa até aqui	78,57%	0,00%	7,14%	7,14%	7,14%	1,64
9	A capacidade de entrega e de gestão dos preços trouxe a empresa até aqui	0,00%	21,43%	21,43%	7,14%	50,00%	3,86
10	Os objetivos estão alinhados à estratégia	0,00%	21,43%	21,43%	7,14%	50,00%	3,86

Fonte: elaboração própria

Os empreendedores concordam (de 4 a 5 no seu *RM*) com as afirmativas que tratam acerca da dependência dos empreendimentos dos sócios criadores. O item um refere-se sobre a dependência da empresa frente aos empresários, em seus conhecimentos técnicos e específicos. Os dois questionamentos seguintes trataram sobre a dependência total da empresa aos empreendedores, quanto a sua experiência. Os empresários concordaram totalmente (4,50) quanto a afirmativa que trata sobre a equipe formada na constituição da empresa fizeram a diferença para que ela sobrevivesse no mercado.

O quinto item refere-se contratação anterior a formação da empresa, propondo que esta contratação conduziu o empreendimento a possuir mais de um ano de vida, este item de acordo com *RM* foi avaliado em 3,50 o que demonstra que os empreendedores concordam com a assertiva. Os empreendedores reconhecem como de grande importância o fato de que as boas práticas na fabricação e venda dos produtos (item 6) conduziram a empresa a sobrevivência (4,79), além de seus recursos humanos exclusivos (3,79) gerarem um diferencial (item 7). Paralelamente a este fato os empresários afirmam discordar pouco (1,64) quanto a possibilidade de somente um cliente ter conduzido a empresa a sobrevivência (item 8). O nono item afirma sobre a capacidade de entrega e de gestão dos preços ter conduzido a empresa até o ponto em que se encontra, o mesmo é amplamente concordado (3,86) por parte considerável dos empreendedores. O décimo item trata acerca dos objetivos empresariais estarem alinhados à estratégia da empresa, neste item é percebido que os empreendedores concordam muito, alcançando 3,86 no *ranking* médio.

4.3 Análise dos itens onze a quinze

Este bloco diz respeito as afirmativas 11 a 15, que tratam sobre a competência interna que auxilia na sobrevivência da empresa. Os dados coletados são representados no Quadro 4, incluindo o *ranking* médio (RM) das respostas obtidas.

Quadro 4 – Consolidação das respostas obtidas

	Itens do questionário	Discordo totalmente	Discordo pouco	Não discordo nem concordo	Concordo muito	Concordo totalmente	RM
11	A preocupação com o <i>feedback</i> dos envolvidos no negócio fez com que a empresa chegasse até aqui	0,00%	0,00%	0,00%	21,43%	78,57%	4,79
12	Tem planos de Marketing bem elaborados	42,86%	0,00%	28,57%	14,29%	14,29%	2,57
13	Mesmo sem comunicar a visão e a missão, visualmente, tem um planejamento estratégico	42,86%	7,14%	14,29%	28,57%	7,14%	2,50
14	A existência de um plano de negócio durante a constituição da empresa fez a diferença	42,86%	0,00%	0,00%	28,57%	28,57%	3,00
15	Tem planejamento estratégico de médio e longo prazo	35,71%	0,00%	28,57%	21,43%	14,29%	2,79

Fonte: elaboração própria

Os empreendedores respondentes concordam totalmente (4,79) quanto a necessidade de preocupação ao *feedback* dos clientes, são indiferentes (2,57) ao plano de *marketing*, são indiferentes (2,50) quanto a missão e visão transpassarem o planejamento estratégico, além da indiferença (3,00) quanto a existência de um plano de negócios na constituição da empresa e indiferença (2,79) no que se refere a um planejamento estratégico de médio e longo prazo.

O planejamento estratégico segue quatro passos básicos para ser aplicado, segundo o Sebrae (2016). O primeiro destes é a definição do negócio, ou seja, a afirmação de o que a empresa prioriza como objetivo desta. O segundo passo é a definição de visão de futuro, ou seja, o que a empresa tem como ambição, atrelada à satisfação dos clientes. Posteriormente deve-se definir a missão da empresa, ou seja, a razão de ser da empresa. Por fim se deve definir os valores ou princípios para a empresa, ou seja, instalar a cultura.

4.4 Análise dos itens dezesseis a dezoito

O último bloco abrange as afirmativas 16 a 18 e trata acerca da influência do ambiente de mercado na sobrevivência da empresa. Os dados coletados são representados no Quadro 5, incluindo o *ranking* médio (RM) das respostas obtidas.

Quadro 5 – Consolidação das respostas obtidas

	Itens do questionário	Discordo totalmente	Discordo pouco	Não discordo nem concordo	Concordo muito	Concordo totalmente	RM
16	O conhecimento prévio do setor garantiu a sobrevivência da empresa	0,00%	0,00%	7,14%	14,29%	78,57%	4,71
17	Fornecedores estratégicos desenvolvidos na criação da empresa colaboraram para a sobrevivência dela	7,14%	0,00%	28,57%	7,14%	57,14%	4,07
18	Acesso a matérias-primas diferenciadas garantem a competitividade	0,00%	7,14%	14,29%	14,29%	64,29%	4,36

Fonte: elaboração própria

Os empreendedores concordam muito (4,71) com a afirmativa de que seu conhecimento prévio do setor garantiu a sobrevivência da empresa, conjuntamente ao fato de que a sobrevivência da empresa está atrelada a fornecedores estratégicos (4,07) e o acesso a matéria prima diferenciada, para garantir a competitividade (4,36).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender o ambiente onde o empreendimento está inserido demonstrou-se, previamente à pesquisa e comprovada pela mesma, como sendo um fator de diferencial de mercado e possibilitador de longevidade. A ideia central desta pesquisa foi de possibilitar às empresas a busca pela longevidade, tendo neste estudo apontamentos de outros empresários que perduraram por um tempo relativamente longo. O avanço das MPEs no Brasil tende a colocá-las em foco exponencialmente, sempre acompanhado de estudos que voltam a melhoria destes empreendimentos.

Os empresários portaram-se de maneira positiva e proativa quanto a aplicação do questionário, sendo favoráveis ao primeiro bloco de assertivas que tratam acerca dos recursos internos que podem ser diferenciais para que a empresa se mantenha viva. No segundo bloco os participantes demonstram-se preocupados quanto ao *feedback* dos clientes, sendo este um recurso vital e de grande impacto quanto trata-se da permanência da empresa frente ao mercado. No entanto, se posicionaram indiferentes à realização de campanhas de *marketing*, à realização de planejamento estratégico, à definição e aplicação da visão e missão da empresa e são indiferentes quanto ao plano de negócios na constituição da empresa. Os empresários se mantêm concordantes totalmente quanto às afirmativas dispostas no terceiro bloco de assertivas, que tratam acerca da influência do ambiente de mercado na sobrevivência da empresa.

Por sua vez na bibliografia analisada, os respectivos autores tratam como vital para a prosperidade do negócio a informação alinhada à estratégia, além de uma análise apurada do ambiente para melhor traçar as possibilidades para a tomada de decisões assertiva, além de constatarem que na ausência destes fatores a falência da empresa será natural e imediata. Os autores apesar de diferirem na fórmula que conduzirá a empresa a longevidade, concordam que os passos supracitados devem ocorrer.

O empreendimento quando rodeado de planejamento, plano de negócios, *marketing* e *feedback*, tende a trazer maior lucratividade, organização e longevidade. Destaca-se que não foi objetivo deste estudo sanar todas as dúvidas acerca dos motivos da longevidade de empresas, mas se buscou demonstrar as possibilidades e os caminhos a serem seguidos. Recomenda-se a continuidade do estudo com a realização de um estudo com maior quantidade de participante e em localidades diversas.

PERMANENCE OF MICRO AND SMALL BUSINESSES ON THE MARKET: a study of the region of São Luís

Abstract: This study had as its starting point a research developed in São Bernardo do Campo / SP, which sought to understand the reason why companies outperform the corporate mortality rate and predatory market competition. Therefore, this study presents the results obtained in the city of São Luís do Maranhão, to understand the reasons for staying in the local Micro and Small Business market. For this, an exploratory research was conducted with the application of a five-point Likert questionnaire, aiming to verify the degree of agreement or not of the participating entrepreneurs with the assertions established for the study by calculating the Ranking. Medium (RM). The main results point out that the knowledge and know-how of the owners and the team formed in the constitution of the company make all the difference so that the MSEs reach an above average survival rate.

Keywords: Entrepreneurship. Micro and Small Business. Market permanence

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, João H. Como iniciar uma empresa de sucesso. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.
- BITENCOURT, Thiago. GESTÃO DE EXCELÊNCIA E NEGÓCIOS DE SUCESSO: A EXPERIÊNCIA CATARINENSE. Disponível em: <<http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2014/01/Thiago-Bitencourt.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2019.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- DE PAIVA, Maria Jeanne Gonzaga; RAMALHO, Ronichélida Xavier. CONSTITUIÇÃO E EXTINÇÃO DE MICROEMPRESAS EM JUAZEIRO DO NORTE-CE. **Cadernos de Pesquisa**, v. 20, n. 3, p. 26-33, 2013.
- DINO. 1 a cada 4 empresas fecham antes de completar 2 anos no mercado, segundo Sebrae | Publicado por Dino. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-de-completar-2-anos-no-mercado-segundo-sebrae/>>. Acesso em: 4 nov. 2019.
- FERREIRA, Luis Fernando Filardi et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gestão e Produção**, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.
- FIDELIS, Joubert & CÂNDIDO, Cristiane. A administração da informação integrada às estratégias empresariais. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v11n3/a10v11n3>>. Acesso em: 4 nov. 2019.
- GORRY, G. A.; MORTON, M. S. S. A Framework for Management Information System. Cambridge, MIT, v. 30, p. 49-61, Spring 1989 apud FIDELIS, J. R. F.
- LUIZ, Alberto et al. Panorama dos Pequenos Negócios no Brasil. Disponível em: <<https://www.bnb.gov.br/documents/80223/4079612/INFORME+MPE+01-161018.pdf/fa7c71a1-5401-0c37-666d-7cc7df1eeaec>>. Acesso em: 4 nov. 2019.
- MEDRADO, Franciele et al. Relação entre o nível de intangibilidade dos ativos e o valor de mercado das empresas. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 10, n. 28, p. 32-44, 2016.
- OLIVEIRA, L. H.. **Exemplo de cálculo de Ranking Médio para Likert. Notas de Aula. Metodologia Científica e Técnicas de Pesquisa em Administração.** Mestrado em Adm. e Desenvolvimento Organizacional. PPGA CNEC/FACECA: Varginha, 2005.
- PEREIRA, Rodrigo Carlos Marques. Fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo sobre o setor de serviços. 2019.
- SEBRAE. Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 4 nov. 2019.

SEBRAE. Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, abril/2018. Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RO/Anexos/Perfil%20das%20ME%20e%20EPP%20-%2004%202018.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2019.

SEBRAE. Planejamento estratégico aplicado aos pequenos negócios - Sebrae. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/planejamento-estrategico-aplicado-aos-pequenos-negocios,d2cb26ad18353410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

SEBRAE. Sobrevivência das empresas. Disponível em:
<<https://datasebrae.com.br/sobrevivencia-das-empresas/>>. Acesso em: 4 nov. 2019.

ZARLENGA, Aretha. Panorama Sebrae, maio/2018. Disponível em:
<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/06/Panorama-Sebrae_052018.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2019.