

**Informação empresarial para o processo gerencial
Aplicado às micro e pequenas empresas de São Luís: casa do
empreendedor - SEBRAE**

**Business information for management process
Applied to micro and small businesses of São Luís: home of the
entrepreneur - SEBRAE**

DOI:10.34117/bjdv7n3-821

Recebimento dos originais: 08/02/2021

Aceitação para publicação: 31/03/2021

Derek Luiz Alves dos Santos

Mestre em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável, Instituto Federal de Pernambuco - IFPE,
Av. Prof. Luiz Freire, 500, Cidade Universitária, Recife/PE - CEP:50.740-545,
E-mail: derek.alves@recife.ifpe.edu.br

Dênia Fernandes dos Santos

Graduada em Administração, Faculdade Pitágoras,
Av. São Luís Rei de França, 32, Turu, São Luís/MA - CEP: 65.065-470,
E-mail: denia.fernandes@hotmail.com

José de Ribamar Sousa Júnior

Graduado em Administração, Faculdade Pitágoras,
Av. São Luís Rei de França, 32, Turu, São Luís/MA - CEP: 65.065-470,
E-mail: ribamar_sousajr@hotmail.com

Lyanna Maria Melo Ferreira

Graduada em Administração, Faculdade Pitágoras,
Av. São Luís Rei de França, 32, Turu, São Luís/MA - CEP: 65.065-470,
E-mail: lyannamelol@gmail.com

Anderson Lourenço Miranda

Doutor em Ph.D. em Gestão, Universidade Federal do Maranhão - UFMA,
Av. dos Portugueses, 1966, Vila Bacanga, São Luís/MA - CEP: 65.080-805,
E-mail: andersonmiranda@ufma.br

RESUMO

Atualmente, dentro do cenário econômico brasileiro, as micro e pequenas empresas correspondem a um dos principais pilares de sustentação da sua economia, tendo em vista sua função geradora crescente de empregos e pelo expressivo número de estabelecimentos desse porte no país. O presente estudo objetivou analisar a importância da informação empresarial para as Micro e Pequenas Empresas, em especial a assessoria gerencial através das consultorias prestadas pela Casa do Empreendedor do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), como fator contribuinte aos empreendedores no processo gerencial de seus negócios. A pesquisa de campo na Casa do Empreendedor de São Luís buscou saber a importância que tem a informação empresarial para os micros e pequenos empresários que ora buscam informações, seja ela na forma de palestras, cursos,

consultorias ou qualquer outro meio. Os serviços de informação empresarial destinados às micro e pequenas empresas possibilitam vantagem competitiva na atualidade, pois contribuem para que o gestor tenha mais conhecimento na sua área de atuação. Tais serviços ainda são pouco procurados pelos gestores maranhenses, não pela falta de divulgação, mas, sim, pela falta de interesse e comodidade.

Palavras-Chave: Informação organizacional, Processos de gestão, Consultoria, Empreendedorismo.

ABSTRACT

Currently, within the Brazilian economic scenario, micro and small companies are one of the main pillars of their economy, given their growing job creation function and the significant number of establishments of this size in the country. This study aimed to analyze the importance of business information for Micro and Small Enterprises, in particular the management advice through the consultancy provided by the SEBRAE (Brazilian Micro and Small Business Support Service) as a contributing factor to entrepreneurs in the management process of your business. The field research at the São Luís Entrepreneur's House sought to know the importance of business information for micro and small entrepreneurs who are now seeking information, whether in the form of lectures, courses, consultancies or any other means. Business information services for micro and small companies provide a competitive advantage today, as they help the manager to have more knowledge in his area. Such services are still little sought by the managers of Maranhão, not for lack of disclosure, but for lack of interest and convenience.

Keywords: Organizational Information, Management Processes, Consulting, Entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, dentro do cenário econômico brasileiro, as micro e pequenas empresas correspondem a um dos principais pilares de sustentação da nossa economia, tendo em vista sua função geradora crescente de empregos e pelo expressivo número de estabelecimento desse porte em nosso país.

Portanto, ressalta-se a importância da informação empresarial para melhorar o processo de gerenciamento das Micro e Pequenas Empresas, pois, para os gestores das Micro e Pequenas Empresas, o acesso às informações empresariais é de suma importância no sentido de minimizar os efeitos do fracasso e da falência de empresas, visto que se torna preponderante que o gestor esteja constantemente se reciclando, isto é, aprimorando aos seus conhecimentos, buscando assim, novos produtos, serviços e parcerias, para traçar metas, fazer investimentos necessários e executar eficazmente os planos, visando à estabilidade e sucesso em seu ramo de negócios.

Em continuação trata-se do conceito e da realidade das MPE's (Micro e Pequenas Empresas) no meio empresarial de São Luís. Na atualidade, as MPE's vêm

recebendo um olhar especial do governo, para incentivar a abertura e a sua estabilidade no mercado. Mas os empreendedores das MPE's ainda enfrentam dificuldades para gerir com sucesso o seu negócio, devido à falta de capacidade em se adaptar a um mercado extremamente competitivo, pela falta de um planejamento bem realizado, bem como devido aos custos para manutenção de um empreendimento, falta de capital para investimento e por todos os outros fatores ligados ao mau gerenciamento do processo.

Enfoca-se a Casa do Empreendedor – SEBRAE, no qual atuam técnicos capacitados para fornecer informações a respeito de abertura, baixa de empresas, legislação, gestão empresarial, e vários outros produtos e serviços oferecidos pela entidade, que tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Dessa forma, a mesma atua no referido segmento, promovendo ao desenvolvimento econômico, estimulando ao empreendedorismo, ademais, incentivando práticas de gestão e conhecimento de mercado, a implantação de novas tecnologias, bem como, auxiliando nas tomadas de decisão sobre produtos e serviços.

Ressalta-se ainda sobre a metodologia aplicada e pesquisa de campo da Casa do Empreendedor de São Luis, que buscou saber a importância que tem a informação empresarial para os micros e pequenos empresários, que buscam informações, seja ela na forma de palestras, cursos, consultorias ou qualquer outro meio, com o objetivo de informar-se e qualificar-se para melhorar ao seu processo gerencial. Para tanto, utilizou-se a aplicação de questionários com Clientes cadastrados no sistema da Casa do Empreendedor – SEBRAE para apuração de dados. Além de entrevista com o responsável pelo atendimento na Casa do Empreendedor. Ressalta-se que o presente estudo se deu no interstício 2007 – 2008.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 INFORMAÇÃO EMPRESARIAL E O PROCESSO GERENCIAL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

As informações adquiridas através de cursos, palestras, consultorias, orientação de procedimentos, entre outros, são de grande relevância para o processo gerencial das Micro e Pequenas Empresas. Os responsáveis pelo processo gerencial das Micro e Pequenas e Empresas são geralmente os próprios empreendedores (Proprietários), que, muitas vezes, enfrentam problemas nos processos, por não terem orientação para suas tomadas de decisão.

2.2 INFORMAÇÃO EMPRESARIAL

As organizações, atualmente, encontram-se inseridas em um cenário econômico em que impera a competitividade de produtos e serviços, avanços tecnológicos, mudanças ambientais e condições instáveis na economia, gerando grandes desafios para as empresas, sobretudo para as micro e pequenas empresas, já que, por sua própria essência, são mais frágeis a esses impactos.

Por consequência, a informação empresarial constitui uma rica aliada para o processo gerencial destas, uma vez que possibilita maior adaptabilidade às mudanças, maior eficácia no emprego de recursos materiais, financeiros e humanos e nos processos de tomada de decisão, como se pode concluir em Januzzi (2001, p.13):

A informação é um recurso que se torna cada vez mais necessário e urgente para subsidiar a tomada de decisões nas empresas brasileiras, visando à competitividade. Na dinâmica que envolve a globalização da economia, o poder da competitividade está centrado no acesso contínuo às informações estratégicas a respeito de mercados, barreiras técnicas, legislação, produtos, tecnologia.

Nos últimos tempos, ocorreu uma verdadeira explosão informacional advinda da expansão da comunicação virtual, ampliação dos meios de telefonia móvel e da própria multiplicação de canais de televisão, rádio e jornal, rompendo barreiras geográficas, sociais e políticas, transformando nossa sociedade em uma verdadeira aldeia “global”, permitindo, dessa forma, que, na contemporaneidade, vivenciássemos a chamada Era da Informação, como ressaltam Carvalho e Tavares, (2001, p. 9):

Vivemos a Era da Informação. A produção de informação aumentou estupidamente no último século. Nunca, em toda história humana, se presenciou tanta produção - científica e intelectual quanto nas últimas décadas. Sabemos, pois, que esse progresso tem inúmeros motivos: a escassez de recursos; a necessidade de concorrência estabelecida por uma economia de mercado; a descoberta de novas aplicações para antigas invenções; o desenvolvimento dos computadores, etc. [...]. A facilidade de locomoção e a diminuição das distâncias, trazidas pelo desenvolvimento dos meios de transportes e de comunicação, sem dúvida, foram as grandes responsáveis pela facilitação do acesso à informação existente no mundo.

A Era da Informação trouxe consigo profundas mudanças comportamentais, ideológicas e políticas, ao permutar o capital monetário para o capital-conhecimento como forma de aquisição de poder. Dentro dessas mudanças, constata-se as transformações ocorridas nas organizações que passaram do modelo tradicional para organizações baseadas no conhecimento, conforme Chiavenato (2003, p. 593):

Na era da informação, o recurso mais importante deixou de ser o capital financeiro para ser o capital intelectual, baseado no conhecimento. Trocando em miúdos, isso significa que o recurso mais importante na atualidade não é mais o dinheiro, mas o conhecimento. [...]. O conhecimento ficou na dianteira de todos os demais recursos organizacionais, pois todos eles passaram a depender do conhecimento. [...].

Como se pode perceber, as organizações que aprendem estão diretamente cientes da importância de seu capital intelectual (colaboradores), conhecendo, estimulando a troca de experiências e a constante formação, ou seja, aplicando recursos no mais importante capital intangível: o conhecimento; e, logicamente, se falamos em conhecimento, não podemos deixar de mencionar a informação, tendo o relevante papel de permitir a assimilação do saber gerencial. Essas informações são obtidas por meio de um conjunto de dados que são processados e que resultam em conhecimento. Esses dados somente terão importância se forem obtidos por pessoas da área e de necessidade específica do objeto de interesse, como se pode constatar, de acordo com Carvalho e Tavares (2001, p. 5):

Um conjunto de dados somente irá constituir uma informação se, para o indivíduo que o recebe, possuir algum significado, o qual é determinado pelo próprio contexto em que aquela pessoa se insere. Se determinados dados não possuírem significado algum para o mesmo, simplesmente são desprezados.

Dessa forma, a informação, em determinados casos, pode ser vital para um indivíduo ou organização e, em outros, não ter importância nenhuma. A informação, também, é uma ferramenta de poder para o homem, países e logicamente para as organizações, pois a vida da empresa pode ser modificada através de um conhecimento adquirido. Uma sociedade fica à frente de seu tempo se possuir informações; por isso, é de extrema importância para a empresa que a informação seja bem utilizada para tornar-se mais competitiva e inovadora.

No dinâmico meio empresarial, a informação age como um elo entre todas as esferas administrativas e operacionais de uma empresa, pois estas captam, a todo instante, a informação, tanto internamente (processos, técnicos, gerências, processos de *feedback*, intranet, etc.), como as externas, aquelas vindas das empresas com as quais as organizações se relacionam (mercados, economia, clientes, fornecedores, sociedade, meio virtual, entre outros). Estas, em especial, permitem que a empresa se inteire do seu cenário atual, possibilitando, também, projetar cenários futuros e possibilidades de expansão. Segundo Pizarro e Davok (2008, p. 41):

A empresa só pode beneficiar-se das informações se elas forem tecnicamente organizadas e disseminadas segundo as necessidades dos usuários, tendo em vista os objetivos e a competitividade empresarial. A competitividade empresarial é um fator fortemente ligado à informação. Ela depende do conhecimento empresarial, da informação para negócios e, principalmente, da gestão da informação e do conhecimento. Nesse sentido, as empresas deveriam ter a informação como uma condição básica para agir.

Logo, em virtude da imensa gama de informações que são captadas, processadas e disseminadas dentro das organizações, deve-se ter o cuidado de utilizar apenas aquela que possa contribuir, de forma eficaz, para a melhoria dos produtos e serviços oferecidos para a fidelização da clientela e expansão dos negócios, isto é, a informação é essencial à organização para tornar-se competitiva.

A informação é definida por Carvalho e Tavares (2001, p.13) como sendo aquela essencialmente útil ao negócio de uma organização e que se apresenta de forma limpa, racionalizada e sistematizada.

Quando se comenta que uma informação é apresentada de forma limpa, quer dizer que desenvolver um modelo de comunicação que diminui ao máximo o ruído e a difusão de informações desnecessárias; representa uma informação que é apresentada através de uma linguagem em que todo o corpo da organização possa compreendê-la e interpretá-la da forma mais fiel possível. De forma bem concisa, a informação deve ser correta, no tempo certo e para as pessoas certas. Os empreendedores devem ter em mente quais informações devem buscar e que resultados esperam delas, como podemos perceber em Schermerhorn Júnior (1999, p. 342):

As pessoas devem saber o que se espera delas em termos de desempenho na tarefa. Os gerentes e outros tomadores de decisão precisam ter informações úteis a respeito dos resultados do desempenho, se tiverem que fazer planos, fornecer apoio e tomar outras providências apropriadas.

Nessa direção, o desafio imposto para o gestor de uma Micro ou Pequena Empresa está diretamente ligado à maneira que ele utiliza as informações captadas em seu ambiente de trabalho, isto é, de que forma como decifra o valor estratégico de uma informação para o uso oportuno, tendo em vista que uma das causas de falência das empresas está na má gestão da informação empresarial e, conseqüentemente, na falta de planejamento, como relata Reis (2007, p. 27):

[...] as causas da alta mortalidade das empresas no Brasil estão fortemente relacionadas, em primeiro lugar, a falhas gerenciais na condução dos negócios, seguidas de causas econômicas conjunturais e tributação. As falhas gerenciais,

por sua vez, podem ser relacionadas à falta de planejamento na abertura do negócio [...].

Essa constatação indica que, infelizmente, a maioria dos gestores não está preparada para utilizar eficazmente a informação como recurso estratégico no processo decisório, quer por falta de experiência, ou, mais grave, esta não está sendo disseminada, filtrada de forma correta para permitir seu uso de forma eficaz e eficiente, posto que a, para ser útil no processo de tomada de decisão, deve ser resultado de dados exatos e, também, estar disponível, oportunamente, para utilização, de forma combinada, do conhecimento adquirido em todos os níveis da gestão administrativa.

Esse processo pode ser definido como Gestão da Informação Empresarial, o qual abrange a cultura da utilização das informações em seus amplos aspectos, como gerenciamento dos dados, ambiente informacional e comportamento do gestor no processo de tomada de decisão.

O gerenciamento de informações, portanto, abarca a coleta de dados, o fluxo e disponibilização de informações empresariais baseadas nas necessidades do usuário e nos objetivos da empresa. Para essas atividades serem estruturadas e sistematizadas é preciso definir o modelo de processo consoante os objetivos e as necessidades de informação dos usuários. [...]. Esse modelo deve considerar a determinação das exigências dos usuários, a obtenção das informações, a distribuição das informações e a utilização das informações. (PIZARRO; DAVOK, 2008, p. 42)

A partir da implementação desse processo, torna-se necessário fazer um *feedback* junto aos receptores, no sentido de verificar a adequação da informação que está sendo disseminada, ou seja, se ela foi distribuída e recebida corretamente, e, sobretudo, se a mesma supriu as necessidades do gestor, pois deve-se sempre compreender o papel da informação inserida no âmbito organizacional, no sentido de que esta propicie agilizar decisões, como elemento fundamental para a vantagem competitiva.

Pode-se dizer que a busca de Informações empresariais para melhorias internas do processo gerencial é uma forma de obter vantagem competitiva no mercado, pois, na era do conhecimento e da tecnologia, onde as informações adquirem uma rápida abrangência no mercado global, as empresas que desejam se firmar e se destacar no meio empresarial devem ser dotadas de vantagem competitiva. Para Vasconcelos e Brito (2004, p.52), “a vantagem competitiva, sem dúvida, está ligada a um desempenho superior das empresas”.

Portanto, a vantagem competitiva pode ser entendida como um ponto diferencial da empresa e o que ela faz de melhor, onde colhe os melhores frutos em decorrência do seu bom desempenho, isto é, onde cada empresa deve investir no que tem de potencial para a transformação desse potencial em vantagem competitiva.

A propósito, quando surgiu essa necessidade de adotar a vantagem competitiva como forma estratégica para se destacar no mercado? Para Porter (1999 apud TAVARES, 2008, p. 1):

[...] há algumas décadas atrás, a concorrência era praticamente inexistente em quase todo o mundo; existia uma grande proteção por parte dos governos às empresas e a formação de grandes cartéis colaborava para a quase inexistência de competitividade. Após o final da segunda guerra mundial, o acirramento da competitividade se desenvolveu em virtude do progresso econômico da Alemanha e Japão.

Portanto, há muito tempo as empresas estão em busca de se destacar no mercado devido à crescente competitividade. A cada dia, as empresas se inovam e evoluem. Já não dá mais para se acomodar e esperar que sempre os clientes sejam fiéis aos serviços e produtos. Os clientes, hoje e a cada dia mais, vão buscar diferenciais e qualidade. Caso a empresa não inove com criatividade, pode perder para a concorrência.

Ser único no mercado, hoje, torna-se quase impossível devido à globalização e ao acelerado fluxo de informações. Atualmente, quando surge algo novo no mundo, aparece alguém para copiar e reinventar a criação da concorrente, tornando esse produto, que era uma inovação, ultrapassado.

Portanto, existem vários fatores de sucesso relacionados aos 5Rs, cujo reconhecimento é fruto da vantagem competitiva. Esse reconhecimento é oriundo de muito empenho e dedicação, porém a empresa que não se dedicar correr atrás, empreender e utilizar de inteligência para se destacar, não será uma empresa competitiva e, conseqüentemente, não terá o reconhecimento do mercado.

De acordo com Farias (2008, p. 1):

Há duas maneiras de se ter uma vantagem competitiva: ser único (a melhor) ou ser diferente (a mais comum). Dentre os Fatores Chave de Sucesso: (Relevância, Reconhecimento, Receptividade, Responsabilidade e Relacionamento); os 5Rs, o Reconhecimento é que trata da vantagem competitiva. O 'Reconhecimento' refere-se a você ter um serviço único ou diferente para os seus clientes, refere-se a você produzir um serviço ou produto com características que levem o cliente a comprar de você e não dos concorrentes. Então, 'Reconhecimento' e vantagem competitiva têm o mesmo conceito.

Além disso, a inteligência é um fator essencial na criação de um diferencial. O gestor, no seu processo gerencial, deve utilizar-se dela para traçar planos estratégicos e alcançar metas. Podemos comprovar a importância da inteligência analisando a afirmação descrita por Silva Filho (2006, p. 1):

Esta característica intrínseca ao ser humano é essencial aos profissionais da informação e a cada dia constitui elemento estratégico às empresas que precisam incrementar o desempenho corporativo e consolidar um diferencial no mercado. Não se trata de um desejo, mas de uma necessidade empresarial.

Portanto, a inteligência é fundamental para a pessoa responsável pelo desenvolvimento e gestão da empresa, que utilizará desse potencial para obter bons resultados no seu processo gerencial.

2.3 PROCESSO DE CONSULTORIA

A consultoria empresarial, atualmente, é uma das atividades que mais cresce nos últimos anos, pois as empresas estão cada vez mais em busca de informações, tecnologia e inovações para se manterem competitivas no mercado. Para Oliveira (2001, p. 21):

Consultoria empresarial é um processo interativo de um agente de mudanças externo o qual assume a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais da referida empresa nas tomadas de decisão, não tendo, entretanto, o controle direto da situação.

O processo de consultoria empresarial é de suma importância para as empresas, pois tem como objetivo auxiliar os gestores nas tomadas de decisão e nos processos de mudança dentro da organização, no desenvolvimento da empresa, dos gerentes e funcionários para melhor atender e satisfazer seus clientes.

Na visão de Motta (2007, p. 32):

O crescimento, desenvolvimento e complexidade alcançados pela empresa moderna já não comportam dirigentes cuja ação baseia-se exclusivamente no bom senso e em experiências passadas. Torna-se necessário desenvolver a capacidade gerencial para responder a novas demandas e necessidades.

Para tanto, as tomadas de decisão dentro da organização devem ser feitas com cautela e conhecimento para não obter maus resultados. Quando não se tem conhecimento

específico na área em que se deseja inovar, reformular ou criar é, muitas vezes, uma boa opção a procura por um serviço de consultoria.

De acordo com Neves Júnior (2002, p. 1), "O trabalho de consultoria pode ser realizado nas mais diversas áreas, (Marketing, Finanças, Rh, Tecnologia, etc.), de maneira abrangente, englobando a empresa como um todo, ou parcial, trabalhando em setores ou problemas específicos". Cabe ao gestor da empresa fazer a análise de qual serviço de consultoria ele está necessitando; essa definição é importante para que o consultor possa ir direto ao foco do problema, podendo, assim, ter retornos mais rápidos.

Quando as causas de um problema não estão claras para o administrador, há uma necessidade de que o consultor adote algumas etapas, conforme Neves Júnior (2002, p. 1):

[...] Normalmente, em um trabalho de consultoria, existem etapas claras de ação. São elas: a investigação ou levantamento de informações, a identificação ou constatação de causas, o estudo de alternativas viáveis, a proposição de soluções e, em alguns casos, o acompanhamento e assessoramento na implementação das medidas recomendadas para solucionar os problemas existentes na organização.

A investigação e o levantamento de informações são fatores chave para recolher dados, filtrar informações, identificando os problemas e causas para poder propor soluções ao contratante. Em alguns casos, é necessário que o consultor passe um período acompanhando até que o processo seja absorvido pela empresa, pois sabemos que mudanças no âmbito empresarial não são fáceis em decorrência da alta resistência por parte dos empregados em se adaptar. Na questão das resistências Canutti (1998, p. 11) destaca bem como e por que acontecem as resistências:

Agentes multiplicadores, que, às vezes, têm dificuldades em lidar com mudanças, naturalmente irão transmitir sua insegurança aos outros e, assim, será instalado o clima de temor na organização. O servidor ameaçado tende a compreender tudo o que vê sob a ótica do pessimismo. Trata-se de profissionais que não tomam decisões com medo de errar e, quando erram, não aprendem com o erro. Temem o 'feedback' e a crítica; a resistência ao novo é um processo emocional e, por trás dela, estão sentimentos; Em qualquer processo de mudança, quando as pessoas estão resistindo, na realidade estão demonstrando um receio de perda do controle, do poder e da segurança. Muitos acreditam que mantêm o controle mantendo o *status quo*, embora isso resulte em desempenho inadequado. A resistência não é um adversário a ser derrubado. Ao tentar fazer isso, ela somente se intensificará. Lidar com ela é mais difícil do que elaborar diagnóstico, é muito mais difícil ainda do que fazer boas intervenções, mas saber administrá-la é um desafio a ser vencido para o sucesso da implantação.

Existem dois tipos de consultor: o externo, que é a pessoa contratada exclusivamente para atender uma necessidade interna da empresa sem ter nenhuma ligação

trabalhista; e o consultor interno, que faz parte do quadro de funcionários. Este, por sua vez, tem algumas vantagens significantes de acordo com Oliveira (2001, p. 61):

- a) Maior experiência, pois realiza o mesmo serviço em várias empresas;
- b) Maior aceitação nos escalões superiores da empresa-cliente, pois normalmente sua contratação é realizada pela alta administração;
- c) Pode correr riscos (dizer e fazer coisas); e
- d) Maior imparcialidade, pois não está envolvido nas questões do dia a dia da empresa-cliente.

O conhecimento do consultor externo é vasto, uma vez que ele está diretamente envolvido com várias problemáticas e soluções em diversas empresas, o que facilita na hora de apresentar soluções para o gestor, pois, dessa forma, o consultor tem acesso a vários tipos de informação empresarial. A sua aceitação é mais fácil no que se refere aos funcionários, pois não é visto como um colega de trabalho e, sim, como um profissional conceituado, podendo correr riscos e atuar com maior imparcialidade.

Portanto, conclui-se que, quando o gestor não possui conhecimento específico na área de consultoria empresarial, é viável que ele contrate esta prestação de serviço para auxiliá-lo e orientá-lo nas tomadas de decisão da empresa.

2.4 PROCESSO GERENCIAL

A nova dinâmica de mercado mundial vem pressionando as organizações a se adequarem rapidamente as exigências de um mercado altamente competitivo e mutável, fazendo com que o gestor de uma organização necessite agir e decidir com eficácia e eficiência, isto é, seja um executivo comprometido com resultados.

Segundo Motta (2007, p. 26):

A gerência é a arte de pensar, de decidir, e de agir; é a arte de fazer acontecer, de obter resultados. Resultados que podem ser definidos, previstos, analisados e avaliados, mas que têm que ser alcançados através das pessoas e uma interação humana constante.

Logo, pode-se afirmar que o processo gerencial é uma das mais importantes atividades humanas na atualidade empresarial, visto que é ela que possibilita a viabilização de todos os setores da empresa. Afinal, sem um gerenciamento competente, geram-se desperdícios, gastos, prejuízos ao meio ambiente; em suma, não se consegue desenvolvimento sustentável.

Assim, não há organização improdutiva ou subdesenvolvida, mas, sim, mal administrada e os seus resultados são reflexos dessa má gestão.

Por isso, é importante que a empresa possua um gerente munido de capacidades de liderança, habilidades técnicas, humanas e conceituais, visando atender e satisfazer plenamente seu ofício como gestor.

O gerente é o responsável pelo pleno desempenho dos processos e colaboradores dentro de uma organização. Para tanto, utiliza recursos materiais, como informações, tecnologia, matérias-primas, instalações e capital, com vistas a desenvolver produtos e serviços, fidelizar seus clientes, enfim obter altos resultados.

Segundo Schermerhorn Júnior (1999, p. 4):

Gerentes eficazes utilizam os recursos organizacionais de tal modo que resultam tanto em altos resultados de desempenho como em altos níveis de satisfação entre as pessoas que fazem o trabalho exigido.

Dois termos, em especial, convivem diariamente com a rotina básica de qualquer gestor: a eficácia e a eficiência. Segundo Chiavenato (2003, p. 23), “Eficácia significa atingir objetivos e resultados; um trabalho eficaz é proveitoso e bem-sucedido e a Eficiência significa fazer bem e corretamente o trabalho eficiente, é um trabalho bem executado.”

A eficácia pode ser entendida como uma medida de resultados de um trabalho ou cumprimento de uma meta; já eficiência é uma medida de custo de recursos associada ao cumprimento de metas. Assim, um gestor eficiente é aquele que opera diariamente a um custo mínimo de mão-de-obra e materiais.

O gerente deve ter habilidades que façam com que desenvolva bem suas tarefas e tomadas de decisão. Segundo Schermerhorn Júnior (1999, p. 10), elas são divididas em:

- a) *Habilidades Conceituais* – a habilidade de pensar analiticamente e obter soluções integradas a soluções de problema;
- b) *Habilidades Humanas* - a habilidade de trabalhar bem em cooperação com outras pessoas;
- c) *Habilidades técnicas* – a habilidade em aplicar experiência e desempenhar uma tarefa especial com proficiência.

O processo de gerenciar deve ser, segundo Schermerhorn Júnior (1999, p. 10), de uma forma consistente e com base de quatro funções: Planejamento, Organização, Liderança e Controle.

Portanto, o processo gerencial deve ser feito através de conhecimento e habilidades gerenciais para que tenha êxito ao executar as rotinas administrativas, que são feitas por meio das funções gerenciais, as quais são focadas nos resultados que foram previstos e precisam ser controlados.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

O estudo (Casa do Empreendedor - SEBRAE) foi estruturado com natureza aplicada, a partir da realização de uma abordagem quantitativa e qualitativa, utilizando a pesquisa de campo e visitas à Casa do Empreendedor, tendo em vista que esta possibilita um contato direto com a problemática em seu cenário natural. Trata-se de um estudo de caso, por ora retratar o contexto de uma única organização.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O Universo abrangeu os usuários de serviços da Casa do Empreendedor SEBRAE, sendo que a amostra correspondeu a 24 pessoas que buscam a instituição.

3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada por meio de questionários com perguntas de múltipla escolha e fechadas para os clientes da Casa do Empreendedor, juntamente com uma entrevista com os responsáveis pelo fornecimento das informações empresariais para a clientela.

3.4 LIMITAÇÕES E MÉTODOS

A coleta de dados foi realizada por meio de questionários com perguntas de múltipla escolha e fechadas para os clientes da Casa do Empreendedor, juntamente com uma entrevista com os responsáveis pelo fornecimento das informações empresariais para a clientela. Na presente pesquisa não foi possível realizar os 20%, citado na metodologia do trabalho. Isto se deve às dificuldades encontradas nos cadastros dos clientes da Casa do Empreendedor. Nos cadastros, foram encontradas inúmeras falhas; dentre elas, convém ressaltar: a digitação de números e nomes errados, e a repetição de várias empresas na mesma folha dos cadastros. Esses fatores dificultaram a contagem exata das empresas, que buscaram os serviços/ informações da Casa do Empreendedor, no ano de 2007.

Segundo o cadastro de clientes da Casa do Empreendedor SIAC, o número de empresas (formais e informais), que procuram os serviços da Casa do Empreendedor corresponde a 400 empresas. A amostra que seria de 20%, ou seja, 80 empresários a serem entrevistados não foram realizados devido a problemas citados no parágrafo anterior. O número de empresas pesquisadas foi 24, o que corresponde a 6% do SIAC. Percebe-se que a maioria dos empresários que buscaram tais informações atua na área das Prestadoras de serviço, correspondendo a 63%; em seguida, o Comércio com 33% e outros, com 4%.

Os empreendedores, na sua maioria, obtiveram conhecimento dos serviços da Casa do Empreendedor através da mídia, com 62%. O ciclo de amizades, também, influenciou na procura dos serviços, correspondendo a 25%; em seguida, o ciclo de amizades representando 13%. Os serviços / informações mais procurados da Casa do Empreendedor foram os de finanças com 34%; já os de consultoria, cursos de capacitação e outros correspondem respectivamente a 22% cada.

Em relação ao atendimento, pode-se dizer que os empreendedores gostaram da Casa do Empreendedor; 33% acharam ótimo, 21% bom, e 46% não gostaram do atendimento. Esse índice de insatisfação é por falta de conhecimento por parte dos empresários, em relação à função da Casa do Empreendedor.

No que diz respeito a recorrer novamente aos serviços, à maioria dos empresários entrevistados não voltaram para dar continuidade, representando 58%. Pelo fato de os empresários não terem dado continuidade aos serviços, a pesquisa mostra que 87% pretendem buscar novamente a Casa do Empreendedor, e apenas 13% não.

A pesquisa mostra que os empresários acham importante a informação empresarial, para o processo de gerenciamento da sua empresa, representado 96%.

E que, depois que procuraram os serviços da Casa do Empreendedor, a gestão dos seus negócios melhorou, representando 92% dos empresários entrevistados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As empresas de São Luís que buscaram os serviços da Casa do Empreendedor, na sua grande maioria, foram as Prestadoras de Serviço (formais e informais). Estas atuam em diversos tipos de serviço como: Manutenção de computadores, fogões, Salão de Cabeleireiro, entre outros. Elas representam uma fatia de (62%) em relação ao outro ramo que atua no segmento de comércio: confecções, farmácia, panificação, entre outros, o que corresponde a outra fatia (38%).

Em relação ao tempo de exercício, a pesquisa mostra que a maior parcela de empresas que procuraram a Casa do Empreendedor tinha como tempo de exercício mais de 3 anos, representando (54%) dessa amostra. Os que estavam em atuação de 1 (um) a 2 (dois) anos foram de (33%) e os que estavam no mercado de 2 (dois) a 3 (três) representam (13%).

De acordo com pesquisa do SEBRAE (2005, p. 9): “A taxa de mortalidade empresarial apurada no Estado revela que 64,4% das empresas encerram as atividades com até 2 (dois) anos de existência; 57,6% com até 3 (três) anos e 51,3% não sobreviveram além dos 04 (quatro) anos.”

A pesquisa revelou que as empresas estão superando o período de risco de mortalidade que é de até 4 (quatro) anos no Estado do Maranhão.

Na sua maioria, os empresários ludovicenses tiveram conhecimento da Casa do Empreendedor, através da mídia, representando (62%) das respostas; logo depois, veio o ciclo de amizades, 25% e outros empresários com 13%.

Verificou-se, que 34% dos empresários demandaram por finanças, com o objetivo de buscar capital para investir nos seus negócios. E as outras procuras foram em iguais proporções: curso de capacitação, consultorias e outros serviços, correspondem respectivamente a 22% cada.

Pode-se verificar que a maioria dos empresários gosta do atendimento da Casa do Empreendedor. Observa-se que (46%) acharam que os serviços e orientações foram Bons; 33% acharam ótimo, e 21%, Ruim. A resposta desses índices de insatisfação foi, na grande maioria, por parte de empresários que não possuíam conhecimento da real função da Casa do Empreendedor. A maioria acha que a Casa do Empreendedor possui alguma relação com instituições financeiras, isto é, eles achavam que o SEBRAE é que fazia empréstimos, mas isso não ocorre. A função da Casa do Empreendedor é orientar o empresário a recorrer ao melhor financiamento, de acordo com o seu plano de negócio. Esse foi o principal motivo, explanado pelos empresários, para o índice de insatisfação.

A maioria dos empresários que procura os serviços/ informações da Casa do Empreendedor não voltou a buscar novos serviços, representando 58% da fatia da amostra. Os motivos mais citados pelos empresários foram: a falta de tempo e que já tinham tirado suas dúvidas no primeiro atendimento. E a outra fatia, representada por 42%, corresponde a empresários que buscaram novos serviços/informações.

Percebe-se que os empresários pretendem buscar por novos serviços da Casa do Empreendedor, representando a maior parte, equivalente a 96%. E apenas 4% dos

empresários entrevistados não possuem pretensão de voltar a procurar novamente os serviços.

Na presente pesquisa, foi observado que 97% dos entrevistados acharam importante a informação empresarial para o processo de gerenciamento da empresa. De acordo com os empresários entrevistados, a informação é a peça fundamental para a melhora das tomadas de decisão. E apenas 4% acham que as informações empresariais não são de tanta importância.

A maioria dos empresários respondeu que, depois que procuraram os serviços da Casa do Empreendedor, eles obtiveram uma melhoria considerável no gerenciamento das suas empresas. Essa informação equivale a 58% dos entrevistados. E 42% acharam que não houve melhorias no processo de gerenciamento das suas empresas.

4.1 VISÃO DA CASA DO EMPREENDEDOR

De acordo com entrevista realizada em outubro de 2008, com o Sr. Florentino dos Remédios Santos Filho (Responsável pelo atendimento da Casa do Empreendedor), a Central “Casa do Empreendedor” passa por uma fase de mudanças em relação à abertura e fechamento de empresas, pois, após uma análise feita por eles, neste ano (2008), ficou comprovado que, no presente momento, eles não estão alcançando as metas do Projeto de Implantação. O número de busca de Empresários está muito aquém do esperado, devido a diversos fatores: “os Clientes acham que os Funcionários da Casa do Empreendedor fazem todo o processo deles de abertura e baixa, mas, quando eles ficam sabendo que eles mesmos terão que fazer o preenchimento de guias e monitorar ao processo, acabam desistindo, seja pela comodidade ou pela dificuldade em relação à tecnologia, pois lá na Casa do Empreendedor tem um espaço com computadores para serem utilizados por eles. Nesse sentido, também, eles estão estudando abrir o espaço para que os contadores possam utilizar os serviços para aumentar o fluxo de pessoas.

Outro fator citado pelo Sr. Florentino foi que, na Central Fácil de São Luís, conhecida como a Casa do Empreendedor, há uma deficiência na agilização dos processos devido à falta de preparo por parte dos profissionais que trabalham dentro da central, muitos tem uma certa dificuldade na hora de acompanhar o sistema, pois não foi feito um treinamento específico para os funcionários dos órgãos instalados (parceiros) na Central. Por tal motivo, a Casa do Empreendedor está passando por uma reforma interna, treinando e capacitando seus funcionários e parceiros para melhor atender e satisfazer as necessidades dos empresários e empreendedores em potencial.

4.2 VISÃO DOS CLIENTES DA CASA DO EMPREENDEDOR

Conforme as entrevistas feitas com os empresários de São Luís (2008), na visão dos empresários, a Casa do Empreendedor veio para facilitar e agilizar os processos, pois, antes, eles tinham que recorrer a várias instituições para solucionar os seus problemas e isso se tornava muito cansativo. E, com a abertura deste espaço da Casa do Empreendedor, os empresários encontraram, no mesmo lugar, todos os órgãos (parceiros) para auxiliá-los e orientá-los nas informações do ramo empresarial.

5 CONCLUSÕES

Os serviços de informação empresarial destinados às micro e pequenas empresas possibilitam vantagem competitiva na atualidade, pois contribuem para que o gestor tenha mais conhecimento na sua área de atuação. Tais serviços ainda são pouco procurados pelos gestores maranhenses, não pela falta de divulgação, mas, sim, pela falta de interesse e comodidade.

Atualmente, o país vem passando por uma fase de mudanças positivas no quesito burocrático, tendo como ponto fundamental a agilização dos processos de abertura e fechamento das suas empresas. O governo está se preocupando com o desenvolvimento das MPE's, em razão da sua grande representatividade para a economia do país, na geração de renda e empregos. Mas as Micro e as Pequenas Empresas ainda enfrentam problemas para se desenvolver e se manter no cenário empresarial e a taxa de mortalidade das empresas continuam altas, devido a diversos fatores, dentre eles, as falhas gerenciais, por falta de planejamento e conhecimento do seu negócio.

Portanto, as informações empresariais para as micro e pequenas empresas contribuem para que o gestor tenha mais conhecimento na sua área de atuação, pois a informação é uma ferramenta de poder para o homem, países e logicamente para as organizações. Dessa forma, a vida da empresa pode ser modificada através de um conhecimento adquirido. Uma sociedade fica à frente de seu tempo se possuir informações, por isso é de extrema importância para empresa que a informação seja bem utilizada, para tornar-se mais competitiva e inovadora.

A Casa do Empreendedor vem ao encontro de atender as necessidades do empreendedor (micro e pequenos empresários), como um fomentador, propiciando o acesso a um conjunto de informações de caráter socioeconômico, de infraestrutura, jurídica, creditícia, tecnológica, dentre muitas outras administrativas que são importantes para a consolidação das empresas no mercado.

A Casa do Empreendedor de São Luís é um local onde há uma participação efetiva dos órgãos federais, estaduais e municipais envolvidas como processo de Capacitação, Orientação, Legalização de empresas, tais como: Delegacia da Receita Federal - DRF, Junta Comercial do Maranhão - JUCEMA, Secretaria da fazenda Estadual - SEFAZ, Secretaria Municipal da Fazenda de São Luís - SEMFAZ, Secretaria Municipal de Terras, Habitação e Urbanismo - SEMTHURB, Secretaria da Vigilância Epidemiológica e Sanitária - VISA; Corpo de Bombeiros - QOBM, Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Naturais – SEMA; entidades de classe profissional como a Ordem dos Advogados do Brasil - OAB e Conselho Regional de Contabilidade - CRC, e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, para que a Casa do Empreendedor atinja os objetivos a que se propõe no Projeto e promova a mudança no relacionamento do setor público e das instituições de classe com os pequenos empreendedores.

Portanto, conclui-se com o estudo e a pesquisa, que, em razão de muitos empreendedores estarem buscando como alternativa de sobrevivência a exploração de um negócio e, muitas vezes, sem nenhuma experiência da atividade que quer desenvolver e sem conhecimento das informações de viabilização do negócio, apenas na tentativa de acertar, acabam no fracasso, cheios de débitos e seu nome com restrições junto a órgãos fiscais com dificuldades de restabelecimento. Outros decidem pelo estabelecimento informal, fugindo da carga tributária imposta as empresas, sem conhecimento de que o seu patrimônio responde pelas obrigações geradas e assumidas perante terceiros e, ainda, outros buscam a informalidade porque entendem que é complicado, demorado e dispendioso o registro da empresa, e vão depender de intermediários para preparar a documentação. Na realidade, o que falta em todas essas situações são informações para dar sustentação à exploração do negócio de forma legal.

Neste sentido, considerando a relevância e utilidade do presente tema, e das referidas informações, sugere-se novos estudos, isso, de modo a se dispor de dados mais atualizados, objetivando-se maior solidez e conseqüente comparação.

REFERÊNCIAS

- CANUTTI, Irlana P. A. **Noções básicas de consultoria em recursos humanos**. 1998. São Paulo. Disponível em: <www.unesp.br/prad/crh/gtdrh/csc/gtdrh_consultoria%20.doc>. Acesso em: 23 out. 2008.
- CARVALHO, Gilda Maria; TAVARES, Márcia. **Informação e conhecimento: uma abordagem organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- FARIAS, Carlos Alberto de. **Vantagem competitiva: o que e como?** 2008. Disponível em:<http://www.merkatus.com.br/10_boletim/120.htm>. Acesso em: 17 out. 2008.
- JANUZZI, Celeste Aida. Estoque, oferta e uso da informação: reflexões sobre um recurso estratégico para o desenvolvimento do setor produtivo. **Transformação**. São Paulo, v. 13, n. 2, 2001.
- MOTTA, Paulo Roberto. **Gestão contemporânea: a ciência e a arte de ser dirigente**. 16. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- NEVES JÚNIOR, Luciano Terra das. **Consultoria! O que é e Como Usar?** 2002. Disponível em: <<http://www.sebraesc.com.br/newart/default.asp?materia=4006>>. Acesso em: 22 out. 2008.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia, práticas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- PIZZARRO, Daniella; DAVOK, Deilsy Fries. A importância da informação empresarial na atualidade. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 13, n.1, p. 37-58, jan./jun, 2008.
- REIS, Zenaide Radanesa dos. **Micro e pequenas empresas a importância de conhecê-las**. São Luís: Autônoma, 2007.
- SCHERMERHORN JÚNIOR, John R. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas do Maranhão**. São Luís: SEBRAE/MA, 2005.
- SILVA FILHO, Antônio Mendes da. Gestão do conhecimento: sobre a importância da extração da informação. **Revista Espaço Acadêmico**. abr. 2006, ano V. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/058/58silvafilho.htm>>. Acesso em: 17 out. 2008.
- TAVARES, Carlos Eduardo M. **A formação de alianças estratégicas como forma de obtenção de vantagem competitiva para as empresas de pequeno e médio porte: o caso das redes de empresas**. Disponível em: <www.prof Wittmann.com/cesao/prod/art-emdesenv-comp.doc>. Acesso em: 2 out. 2008.
- VASCONCELOS, Flávio Carvalho de; BRITO, Luiz Artur Ledur. Estratégia. Vantagem competitiva: o construto e a métrica. **RAE**, v. 44, n. 2, abr/jun. 2004.