OS CAMINHOS PARA EVITAREM A FALÊNCIA NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Vitor Paula Assalin COSTA[1]
Luana Cristina LIMA[2]
Isabel Cristina de OLIVEIRA[3]

Resumo

Este artigo apresenta as diversas maneiras de como as micro e pequenas empresas se deparam com crises diárias e até mesmo a falência. Atualmente essas crises ocorrem com mais frequência por inúmeros fatores tais como: a falta de capital, uma má administração e a falta de conhecimento. O estudo tem como objetivo apresetar possíveis causas de decadência das organizaçãos, fazendo com que o leitor possa identificar se seu problema atual corresponde a algum dos fatores apresentados. Esse estudo trata-se de um estudo bibliográfico e de uma revisão de literatura. Foi possível observar que aquele empreendedor que vai em busca de novos conhecimentos e atualizações tende conquistar sucesso no mundo dos negócios.

Palavras chaves: empreender. negócio. sucesso.

Abstract

This article presents the different ways in which micro and small companies face daily crises and even bankruptcy. Currently these crises occur more frequently by numerous factors such as the lack of capital, poor management and lack of knowledge. The study aims to present possible causes of decay in organizations, making the reader able to identify whether their current problem corresponds to any of the factors presented. This study is a bibliographic study and a literature review. It was possible to observe that the entrepreneur who goes in search of new knowledge and updates tends to achieve success in the business world.

Key words: to undertake. business. success.

1 Introdução

Criar um negócio nos tempos atuais é uma tarefa difícil, o mercado está em constante mudança graças aos avanços tecnológicos tornando-se cada vez mais exigente. Uma pessoa que procura seguir pelo caminho dos negócios precisa estar apta a buscar conhecimento e

[1] Estudante de Administração de Empresas do ensino superior na Faculdade Santa Rita de Cássia – UNIFASC - ITUMBIARA/GO - BRASIL

[2] Estudante de Ciências Contábeis do ensino superior na Faculdade Santa Rita de Cássia – UNIFASC - ITUMBIARA/GO - BRASIL,

[3] Coordenadora e docente do ensino superior na Faculdade Santa Rita de Cássia – UNIFASC - ITUMBIARA/GO - BRASIL, mestre em Ambiente e Sociedade (UEG) e graduada em Ciências Econômicas (UFU).

formas de aplicá-lo, não só isso como também ter persistência, acreditar no negócio e ter a determinação de fazer dar certo.

Muitas empresas que estão no começo e que não possuem tal sensibilidade com o próprio negócio, acabam perdendo o controle da situação ou no pior dos casos a falência da empresa. O que acontece na maioria das vezes é que muitos administradores não sabem administrar, não pensam no futuro e não procuram maneiras de melhorar o produto ou negócio.

Segundo Chiavenato (2007, p. 4): "O sucesso de uma organização não é fruto exclusivo da sorte, mas de uma série infindável e articulada de decisões, aglutinação de recursos, competências, estratégias e uma busca permanente de objetivos para alcançar resultados cada vez melhores". Um problema muito comum em empresas que estão entrando no mercado agora é a falta de capital, muitos empresários não possuem condições financeiras para manter o negócio o que pode levar a perca total do comando da empresa, tornando-a uma empresa estagnada**.**

Neste sentido, a pesquisa foi realizada com o objetivo de analisar os fatores que podem influenciar no processo de falência das micro e pequenas empresas. Especificamente, objetiva-se verificar quais são as principais causas de mortalidade das empresas, as possíveis soluções para se conseguir sucesso num empreendimento empresarial e demonstrar como uma boa administração e a busca por novos conhecimentos e atualização fazem com que as empresas garantam o seu lugar no mescado e não chegue a falencia.

Foi realizado uma pesquisa exploratoria para melhor debater o tema escolhido, utilizando livros, revistas, artigos e pesquisas em sites da internet para enriquecer o ponto de vista e comprovar os fatos. No decorrer do trabalho será apresentado os principais caminhos que um administrador deve seguir para conseguir manter uma empresa no mercado atual, e como ele poderá fazer para obter recursos e aplicá-los da melhor maneira possível na empresa.

2 Estudo da administração de micro e pequenas empresas

2.1 Empeender

Antes de montar qualquer negócio ou colocar qualquer produto novo no mercado é preciso saber como começar do zero, como fazer dar certo, arriscar e não ter medo de ir em

frente, é daí que surgem os empreendedores.

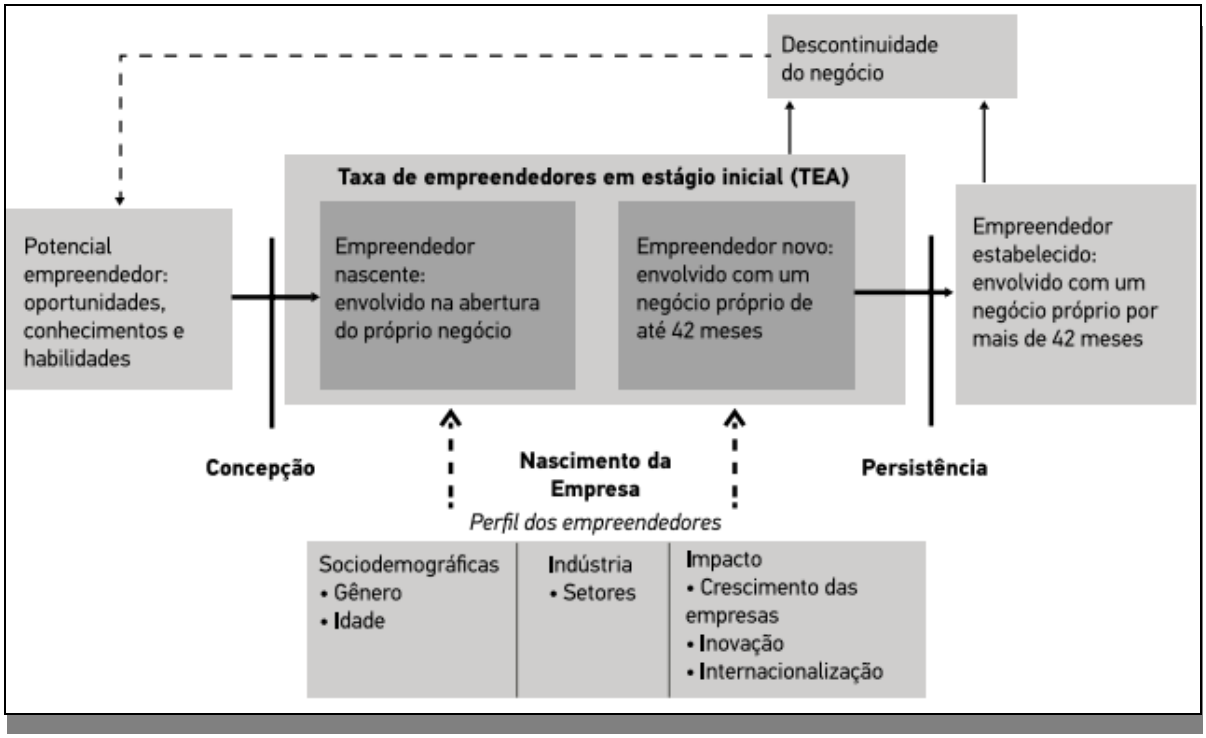
> A ação, motivada pela curiosidade, nos impulsiona a sair da zona de conforto e chegar a um determinado conhecimento. A geração desse conhecimento acontece quando saímos do que é seguro e nos jogamos em busca do desconhecido. Com certeza, os grandes navegadores que se arrojavam ao mar tinham medo, pois estavam em verdadeiras caixas de fósforos em busca do desconhecido, mas só pela experiência o aprendizado pode ser consolidado e os objetivos, atingidos. (MANDUCA, 2016, p. 12)

Empreender está além de gerir a própria empresa, está na maneira de priorizar os objetivos e sonhos do empreendedor, é buscar melhores condições de vida mesmo que isso leve muito tempo e dinheiro. Quem empreende sabe que qualquer movimento pode ser arriscado e que é necessário ter o capital controlado, mas mesmo com os problemas, persistir e procurar meios de melhorar é uma das inúmeras qualidades de um bom empreendedor.

O problema de muitas micro e pequenas empresas do mercado é que elas não são bem executadas, não possuem diferencias competitivos e na maioria dos casos não possuem capital suficente para investir na empresa.

A figura 1 apresenta o processo empreendedor.

Figura 1 – O processo empreendedor



Fonte: Empreendedorismo no Brasil: 2016 - Global Entrepreneurship Monitor (2017, p. 112)

A figura 1 representa o processo de criação do empreendedor, as principais características e ferramentas para o desenvolvimento do empreendorismo. De acordo com a

GEM (Global Entrepreneurship Monitor), o potencial do empreendedor está baseado nas oportunidades e o uso do conhecimento e habilidade para administrar um negócio. E para isso são necessários mais de 42 meses de empresa ativa para o empreendedor possa estabelecer-se dentro do mundo dos negócios, acompanhado de inovação, criatividade e visão ampla para o crescimento e desenvolvimento da organização.

2.2 Planejamento

Antes de tudo saber administrar o próprio negócio é ideal para empresas que estão no início, assim elas poderão se manter mais firmemente no mercado. Um bom administrador é aquele que planeja tudo antes de acontecer, está pronto para enfrentar problemas e sempre está em busca de conhecimento e de como fazer para aplicá-lo.

> Planejar significa olhar para a frente, visualizar o futuro e o que deverá ser feito, ela-borar bons planos e ajudar as pessoas a fazerem hoje as ações necessárias para melhor en-frentar os desafios do amanhã. Em outros termos, o planejamento constitui, atualmente, uma responsabilidade essencial em qualquer tipo de organização ou de atividade. (CHIAVENATO 2018, p. 358)

Planejar um negócio é ter uma visão ampla sobre seu produto ou serviço, é saber o que pode oferecer, o que pode ser melhorado e como traçar caminhos para chegar em seus objetivos. Conhecer seu produto ou serviço é de extrema importância para uma empresa e saber como e para quem vender é o começo do caminho para o sucesso.

2.3 Flexibilidade e dedicação

Estar em constate atualização e mudança é um dos requisitos do mercado atual, as pessoas estão se tornando cada vez mais exigentes, querem produtos de qualidade que atendam às suas necessidades e não pesem no seu bolso e não só isso como também querem ser bem atendidas e com velocidade.

“[...] Criar é um processo que traz alegria e entusiasmo, mas também provoca medo e ansiedade, além de envolver muito trabalho e dedicação. É preciso persistir e atravessar os obstáculos, confiando na capacidade ilimitada e maravilhosa do cérebro.’’ (MARIANO; MAYER (2011, p. 136). É necessário muito estudo, esforço e dedicação para encontrar o produto certo para empresa, é um trabalho em conjunto tanto para aqueles que fazem e vendem o produto ou serviço quanto para aqueles que o compram.

Não existe produto perfeito, na maioria das vezes a primeira versão de um produto terá críticas e má avaliações, mas isso será a base para desenvolver um produto melhor, o *feedback* dos clientes. Não só saber fazer o produto, mas também precisa saber vendê-lo, não adianta o produto ser o melhor do mercado se não tiver uma boa imagem ou um bom marketing. A empresa precisa encontrar o público ideal para seu produto e direcionar o anúncio,para que essas pessoas tenham acesso e conhecimento da existência e dos benefícios do produto ou serviço.

Ter uma equipe qualificada é indispensável e também ter a noção de que capacitar os funcionários é um ótimo investimento para a empresa, pois eles são a base de todo o processo, as engrenagens que farão o negócio funcionar. É necessário um bom convívio com os colaboradores e a confiança de que irão vender ou fazer o produto da forma que foi dita, afinal eles são a imagem da empresa.

Em estudo sobre o administrador de empresas, analisa-se que o conhecimento obtido ao logo da sua carreira e principalmente a maneira de agir e aplicar seus conhecimentos dentro do negócio são as principais habilidades que um gestor deve desenvolver.

> [...] Ele não é apenas analisado pelas organizações por seus conhecimentos sobre Administração, mas também pelo seu modo de agir, por suas atitudes, habilidades, competências, valores e filosofia de trabalho. A finalidade é verificar se essas qualidades se coadunam com os padrões de cultura e de ética, com a competitividade da organização e com as pessoas que vão trabalhar com ele. [...] (CHIAVENATO 2020, p. 2)

2.4 Investir

Dentro do mundo dos negócios é quase impossível alguém ter sucesso sem possuir condições financeiras para mantê-lo. Empresas que estão no início são o maior exemplo disso, a maioria não tem dinheiro para investir ou para fazer o produto crescer, a partir daí que os empreendedores precisam criar estratégias para conseguir dinheiro de forma mais rápida e inteligente.

Procurar caminhos mais rentáveis e com menor custo é uma das alternativas para a estabilidade do negócio, as pequenas empresas precisam utilizar do conhecimento obtido para gerar formas de aplicá-lo de acordo com as condições da empresa, ou seja, projetos que possam ser iniciados com o capital que a empresa disponibiliza.

> [...] A empresa tem que investir continuamente para garantir que seus produtos continuem sendo desejados pelos clientes, ou seja, garantir a demanda, e também para aprimorar e ampliar seus canais de suprimentos e de distribuição, garantindo a economicidade de suas operações. (ANDRADE 2013, p. 2)

Para um bom sucesso dentro da organização é importante investir também em tecnologia em busca da melhoria no dia a dia da empresa assim, mantendo-se atualizados e flexiveis para melhor resultados.

2.5 Conhecer

Antes de começar a empreender é preciso ir atrás de conhecimento, o famoso *know how***,** ou seja**,** começar a preparar o território para a construção da empresa. Muitos micro e pequenos empreenderoes começam o seu negócio e não procuram saber como é o mercado em que se encaixa o produto ou serviço, isso pode resultar em pontos negativos para essa empresa, pois quando não se estuda e analisa o mercado e o seu público alvo, o negócio acaba não tendo resultados como o empreendedor deseja.

> [...] Cada empresa concentra todo seu know-how e suas competências para produzir melhor e mais barato do que as outras. Isso é competição. A competição significa utilizar vantagens competitivas como qualidade, preço, características, facilidade de manuseio, embalagem adequada, custos baixos para conquistar a clientela. [...] CHIAVENATO, (2014, p. 35)

A partir do momento que o administrador passa a conhecer seu produto ou serviço e sua clientela, fica mais fácil criar estratégias de vendas, trabalhar em desenvolver um diferencial competitvo e em caminhos para que o negócio esteja sempre um passo a frente de seus concorrentes.

A melhor maneira de saber sobre o négocio é conhecer sobre ele, ir a fundo, analisar o mercado, as necessidades dos clientes, utilizar a tecnologia a favor do crescimento, realizar coleta de dados e informações que ajudarão a melhorar o produto.

2.6 Melhoria contínua

Segunndo Chiavenato (2020, p. 330, *apud* WELLINGTON, 1999), a palavra kaizen está ligada ao contínuo melhoramento de uma organização, a busca sem fim do aprimoramento baseando-se em diferentes visões dos métodos de trabalho para que possam ser melhorados a cada dia.

A prática da melhoria se inicia quando um gestor começa a desenvolver outros pontos de vista sobre o seu negócio, isso irá permitir que a organização saia da zona de conforto e passar a infrentar novos desafios. Isso pode resultar na criação de novas ideias e

inovações dentro da empresa e refletirem em diferencias competitivos. Além de novos resultados trazendo motivações para seus colaboradores e mais oportunidades de crescimentos.

3 Conclusão

Em vista dos argumentos apresentados, conclui-se que o sucesso da empresa está diretamente ligado a um processo de busca pelo conhecimento, adaptação e melhoria contínua. Todo négocio de sucesso em algum momento foi uma pequena empresa, com poucos funcionários e pouco capital, para que uma empresa cresça exponecialmente é necessário muita dedicação e esforço, acreditar sempre mesmo nos tempos de crise.

Neste sentido, estar sempre preparado é a maior ferramenta que um empreededor pode utilizar, uma equipe qualificada, com recursos atualizados e um ambiente de trabalho agradável com bons relacionamentos interpessoais e uma boa comunicação, sem dúvida é a base para construir qualquer negócio. Fazer do produto ou serviço a satisfação do público escolhido, procurar sempre maneiras de mantê-lo atualizado e proporcionar a melhor experiência para o cliente. Quando é feito a análise de uma empresa, é possivel enxegar seus pontos fortes e fracos e apartir daí aplicar as devidas melhorias e garantir que o gestor possa levar a o negócio rumo ao sucesso.

4 Referências

ANDRADE, Eduardo Leopoldino de. **A decisão de investir:** métodos e modelos para avaliação econômica - Rio de Janeiro : LTC, 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria **geral da administração abordagens prescritivas e normativas**. 7ª ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração:** teoria, processo e prática. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública**: provas e concursos. 5ª ed. São Paulo: Manole 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações – 10. ed., rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2020.

DIAS, Rogério; CELESTE, Maria. Análise da aplicação do princípio da entidade em micro e pequenas empresas do distrito federal. Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa, NIP. Disponível em: http://nippromove.hospedagemdesites.ws/anais_simposio/arquivos_up/documentos/artigos/3377acf9a78c0f7766e1c41337b1bdc3.pdf. Acesso: 18 de mar. 2020.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira. Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2016 \ Curitiba: IBQP, 2017.
Disponível em: https: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD Acesso em: 26 de mai de 2020.

MANDUCA, Alexandre ...[et al.] **Empreendedorismo:** uma perspectiva multidisciplinar; organização Claudio Roberto Candido, Patrícia Patrício. - 1. ed. - Rio de Janeiro : LTC, 2016.

MARIANO, Sandra R. H.; MAYER, Verônica Feder. **Empreendedorismo**: fundamentos e técnicas para criatividade - Rio de Janeiro : LTC, 2011.

MAZZA, Alexandre. **Administrativo na prática** – 4. ed. – São Paulo : Saraiva Educação, 2018.

R. DUANE, Ireland; HOSKISSON, Robert E.; HITT, Michael A.; Administração estratégica / tradução Foco Traduções; Revisão técnica Paulo Roberto Gião, Moacir de Miranda Oliveira Junior. – São Paulo: Cengage Learning, 2017.