

## A IMPORTÂNCIA DO ATENDIMENTO NO PROCESSO DE GERAÇÃO DE CONHECIMENTO AO PEQUENO EMPREENDEDOR

Delaine Cristina Cordeiro

### RESUMO

O pequeno empreendedor no Brasil vem se destacando no cenário econômico pela geração de renda, emprego e formalização do negócio. E esse público vem recebendo atenção especial dos órgãos públicos, dos formadores de opinião e da sociedade. Políticas públicas de apoio vem sendo formatadas e melhoradas nos últimos anos. Porém, esse público merece uma atenção especial na gestão do negócio por ter pouco ou nenhum conhecimento.

### PALAVRAS CHAVES

Empreendedorismo, gestão do negócio, empreendedor

### ABSTRACT

The small entrepreneur in Brazil has been increasing in economic scenario by income generation, employment and formalization of business. And that public is receiving a special attention of public agencies, trainers of opinion and society. Public policy support has been formatted and improved in the last year. However, that public deserves special attention in its business management by having little or no knowledge.

### KEYWORDS

Entrepreneurship, business management, entrepreneur

### INTRODUÇÃO

É crescente o reconhecimento do papel desempenhado pelos pequenos negócios na promoção do crescimento e na geração de empregos e renda. As micro e pequenas empresas desempenham papel econômico de grande importância para o país. Além de representarem a grande maioria de todos os negócios formais do País, são responsáveis por uma grande fatia do faturamento de todas as empresas brasileiras e contratam mais da metade da mão de obra formal. O conhecimento do panorama da micro e macroeconomia dos pequenos negócios no Brasil é importante para a compreensão dos eventos econômicos que permeiam o cenário, assim reduzindo riscos e aumentando a competitividade.

Em meio ao cenário econômico atual, a formalização do Microempreendedor Individual (MEI) tem sido uma opção para a geração de receita para muitos brasileiros. De acordo com a pesquisa global Amnway Global EntrepreneurshipReport (AGER) 2015, que estuda características dos

empreendedores no mundo, o Brasil está entre os seis países que mais querem empreender. Pelo estudo o motivo para abrir o negócio é ranqueado da seguinte maneira: 58% querem abrir seu próprio negócio (media global é de 43%), 47% querem ser donos de seu próprio negócio, 33 % realização e 30 % obter renda extra.

De acordo com estudo apresentado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, os pequenos negócios na economia brasileira são responsáveis por: 27% do PIB, 52% dos empregos com carteira assinada, 40% dos salários pagos e 8,9 milhões de micro e pequenas empresas. Já são mais de 6 milhões de MEI no Brasil atualmente.

O processo de inovação gerado pelas transformações tecnológicas e pelas transformações nos processos de trabalho que ocorrem nas grandes empresas, ocasionando mudanças progressivas na distribuição pessoal da renda, têm contribuído para que os micro e pequenos empreendimentos assumam papéis ainda mais significativos na geração de postos de trabalho, geração de renda e desenvolvimento setorial e regional.

O número de microempreendedores individuais (MEI) vem aumentando rapidamente e esses apresentam um perfil muito diversificado. Esta diversificação tem sinalizado a importância de sistematizar as informações para otimizar formas de atendimento a esses empreendedores que articulem gestão de recursos financeiros, que estimulem a inovação (de investimentos, processos e produtos) ao segmento, visto que, no cenário econômico brasileiro, “é inegável a importância das MPEs para o desenvolvimento nacional no âmbito da geração de empregos e renda”, mesmo que “em uma situação caracterizada pela concentração e pela centralização do capital”. Nesse sentido, essa diversificação das MPEs representa um desafio para a compreensão objetiva da produtividade das empresas e da produtividade do trabalho do segmento.

## **DESENVOLVIMENTO**

Abrir o próprio negócio parece ser a solução perfeita para um aumento da renda ou até mesmo ser seu próprio patrão. No entanto, requer planejamento e cuidado para não terminar em dor de cabeça. A falta de gestão profissional, dizem especialistas, coloca em risco a sobrevivência das micro e pequenas empresas. Diante desse cenário, o atendimento a esse público, pequenos e novos empreendedores, deve ser diferenciado para apoiar o processo de estruturação e em alguns casos, a reestruturação dos negócios.

O processo de atendimento ao novo empreendedor torna-se ponto chave para apoiar a estruturação do negócio. Para isso é necessário um atendimento qualificado para o entendimento da demanda. Entender no que consiste o negócio, para saber o que entregar e como entregar, assim gerando valor com as melhores soluções possíveis. Não somente o atendente precisa compreender, mas em alguns casos é necessário fazer com que o empreendedor entenda o que consiste em o seu negócio. É comum deparar com empreendedores que tem pouco ou nenhuma informação sobre o seu nicho de mercado.

O perfil da maioria dos que buscam abrir seu próprio negócio é demandante de conhecimento, tanto sobre o negócio quanto de sua gestão. Muitas vezes não sabem nem por onde começar, e como fazer. A área de interesse ainda é bastante vaga, não sabem onde estão e para onde irão. E o desafio está em mostrar o caminho a esse público. E esse processo depende da habilidade de cada empreendedor em instituir métodos de trabalho e de se concentrar no planejamento

do seu negócio.

A ação inicial é conduzir o empreendedor a focar, examinar, analisar e entender o ramo escolhido. Conduzir em nível mínimo de conhecimento é fundamental. Quanto mais completo for o conhecimento, melhor para o entendimento do negócio. Na realidade não é tarefa fácil entender o cliente, mas não impossível. Deve-se levar em conta que também estamos lidando com sonhos, por isso é ideal que haja um cuidado especial com os aspectos sociais envolvidos no atendimento. O cuidado é essencial para formatar um diagnóstico e repassar o que é verdadeiramente real, ou seja, o atendente deve procurar o equilíbrio para não frustrar o empreendedor, mas também para não iludi-lo.

O tempo necessário para entender o cliente, o empreendedor, e começar a desenvolver e a indicar produtos e, ou serviços depende de elementos como a experiência e conhecimento do empreendedor em negócios, do ramo de atuação e da complexidade do setor. Em muitas vezes o empreendedor pouco conhece sobre o setor. O que mostra necessário um diagnóstico mais preciso para que os produtos e serviços oferecidos sejam o mais assertivo possível. Entende-se por produto e ou serviços ações e atividades que serão indicadas para capacitação e gestão empresarial, assim fortalecendo e estimulando o pequeno negócio.

De acordo com Fillion (1999), é difícil medir a compreensão que um empreendedor tem sobre seu negócio. Alguns podem levar mais de 10 anos e outros jamais irão atingir um bom nível de entendimento. Para entender as oportunidades de negócios, é preciso ter intuição, intuição requer entendimento, e entendimento requer um nível mínimo de conhecimento. Pode citar também que alguns empreendedores possuem certa intuição proveniente de um conhecimento mais prático (empresários experientes), mesmo sem nenhum conhecimento técnico.

O que se busca é que o empreendedor entenda o setor que está inserido, ou que deseja inserir, tenha habilidade para identificar a oportunidade de uma necessidade não satisfeita, ou seja, uma oportunidade de negócio, selecionando um nicho de mercado ainda não ocupado de forma diferente. É que paralelamente se faça uma boa gestão do negócio. Vemos hoje muitas empresas da mesma atividade econômica. Isto não quer dizer que o mercado esteja saturado. O que os clientes esperam é, entre outras características, que tenham um atendimento diferenciado, qualidade no produto ou serviço, conforto, satisfação e segurança.

Em se tratando de atendimento ao pequeno empreendedor, o que se observa é que a maioria não possui nenhum tipo de planejamento e os poucos que tem é de forma precária e pobre. Eles desenvolvem planos informais e frequentemente sem material escrito, em suas cabeças ou guiados pela visão. Por isto a importância de formar elementos com consistência para o apoio e indução ao plano de negócio, tornando-os empreendedores e gestores do seu próprio negócio.

A entrega de produtos inovadores que induzam ao planejamento é fundamental, já que o planejamento diz respeito à capacidade de organizar e prever os efeitos de uma série de eventos, atuando de forma preventiva às possíveis consequências indesejáveis (Souza e Qualharini, 2007) e desejáveis.

De acordo com Oliveira, (1998), o planejamento é uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida, visando o melhor grau de interação com o ambiente, considerando ainda a capacitação da organização para este processo.

A indução que o empreendedor entenda o setor de negócio almejado é fundamental. Entendendo o setor, definindo o seu contexto e processo

organizacional e planejando a oportunidade detectada. Observa-se aqui que sempre é focado o conhecimento como ferramenta chave nesse processo. Fazer com que o empreendedor entenda o setor é elemento central, assim identifica e direciona as atividades empresariais. O que se busca é que o novo empreendedor estruture seu plano de negócio, sua estrutura organizacional e funcional por meio do conhecimento, tendo como suporte os produtos e serviços oferecidos por órgãos e instituições.

## CONCLUSÕES

Diante desse panorama apresentado, conclui-se o quanto é importante o pequeno negócio para a economia brasileira e como é crucial um atendimento que impulse o mesmo a alcançar os objetivos de uma estratégia empresarial (reduzir custos, melhor gestão do negócio, aumentar competitividade, melhorar os serviços ao cliente, etc.).

De acordo com os estudos, material consultado e prática diária, é possível concluir que o empreendedorismo no Brasil cresce e que os principais motivos para o bom desempenho dos pequenos negócios na economia brasileira está na melhoria do ambiente de negócios e no arcabouço legal (em especial após a criação do Supersimples que reduziu os impostos e unificou oito tributos em um único boleto), no aumento da escolaridade do empreendedor, na busca pelo conhecimento e melhoria na gestão e na ampliação do mercado consumidor.

Por fim, ressalta-se a grande importância do Sebrae na orientação e capacitação gerencial dos pequenos negócios. Observa-se que os empreendedores que obtêm sucesso são aqueles que caminham passo a passo, gradualmente. Eles aprendem a concentrar, a estabelecer limites para a sua atividade e escolhem os objetivos a serem atingidos.

## REFERÊNCIAS

Filion, Louis Jacques. **Diferenças entre Sistemas Gerenciais de Empreendedores e Operadores de Pequenos Negócios**. ERA – Revista de Administração de Empresas. São Paulo, V 39. N 4p. 6-20. 1999.

Oliveira, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologias e Práticas**. São Paulo: Atlas 1998.

Souza, Wendel e Qualharini, Eduardo. **O Planejamento Estratégico nas Micro e Pequenas Empresas**. III Workshop Gestão Integrada: Riscos e Desafios. São Paulo. 2007.