

O gerenciamento da informação nas micro e pequenas empresas

Sérgio Thode Filho, M.Sc. (UNICARIOCA) thode@oi.com.br

Marco Antônio Farah Caldas, P.hD. (UFF) macaldas@logis.uff.br

RESUMO: O segmento de micro e pequenas empresas é um dos principais pilares de sustentação da economia nacional. Elas respondiam em 2004, no Brasil, por 5.110.285 estabelecimentos no setor privado. Desse total, 5.028.318 estabelecimentos eram de MPE's (ou 98% do total de estabelecimentos) e 81.967 estabelecimentos de médias e grandes empresas (2% dos estabelecimentos), segundo dados do SEBRAE SP. Para verificar o gerenciamento da informação nessas empresas, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre algumas características, pontos fortes e fracos e a valorização da informação dentro da empresa para melhoria dos processos internos e mudança na performance do negócio.

Palavras-chave: gerenciamento, informação, micro e pequenas empresas.

1. INTRODUÇÃO

O uso da tecnologia da informação tem provocado substanciais mudanças no ambiente competitivo, interferindo na relação de competição, influenciando a participação de mercado das organizações, criando novas formas de acesso aos mercados e aos clientes e possibilitando drásticas reduções de custos nas cadeias produtivas.

Nesse novo ambiente empresarial, as organizações dos vários setores têm realizado significativos investimentos em tecnologia da informação, passando a ter a produção, venda e disponibilização de seus produtos e serviços amplamente apoiados nessa solução.

Segundo Leone (1999), uma das maiores dificuldades, ao se estudar as pequenas empresas, é a extrema heterogeneidade existente entre elas. As especificidades da pequena empresa e o seu papel como principal geradora de novos empregos vêm chamando a atenção dos pesquisadores os quais acreditam que, com o aprofundamento desses conhecimentos, possam ajudar essas empresas e, conseqüentemente, diminuir a alta taxa de mortalidade da qual são vítimas.

2. METODOLOGIA

O objetivo geral desta pesquisa é o de fazer um levantamento sobre as características do gerenciamento da informação nas micro e pequenas empresas.

Para a classificação da pesquisa, toma-se como base a taxionomia apresentada por Vergara (2004), que a qualifica em relação a dois aspectos quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa foi exploratória e descritiva. Exploratória pois pretende apresentar mais informação, proporcionado aos pesquisadores aumentar o seu grau de conhecimento sobre o tema pesquisado. Descritiva porque pretende apresentar características sobre o gerenciamento da informação em micro e pequenas empresas .

Quanto aos meios a pesquisa foi bibliográfica. Bibliográfica, porque para a fundamentação teórico-metodológica do trabalho foi realizada a investigação, leitura, resenha

e coletânea dos assuntos relacionados ao gerenciamento da informação em micro e pequenas empresas.

3. DESENVOLVIMENTO

Existem vários critérios para conceituar a micro e pequena empresa. O conceito de porte baseado em receita bruta anual é estabelecido pela Lei Complementar nº 123, de 14.12.2006:

ME (Microempresa): empresas industriais, comerciais e de serviços com receita bruta anual de até US\$ 126.316,00 (cento e vinte e seis mil, trezentos e dezesseis dólares).

PE (Pequena Empresa): empresas industriais, comerciais e de serviços com receita bruta anual superior a US\$ 126.316,00 (cento e vinte e seis mil, trezentos e dezesseis dólares) e igual ou inferior a US\$ 1.263.158,00 (um milhão, duzentos e sessenta e três mil, cento e cinquenta e oito dólares);

O SEBRAE – Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas, utiliza o conceito de pessoas ocupadas nas empresas, conforme os dados abaixo:

ME (Microempresa) na indústria e construção até 19 pessoas ocupadas e no comércio e serviços até 09 pessoas ocupadas.

PE (Pequena Empresa) na indústria e construção de 20 a 99 pessoas ocupadas no comércio e serviços de 10 a 49 pessoas ocupadas.

3.1 A IMPORTÂNCIA DA PEQUENA EMPRESA NA ECONOMIA

Ainda segundo O SEBRAE, em conjunto, as micro e pequenas empresas responderam, em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais. Em conjunto, 57,2% dos empregos totais e por 26,0% da massa salarial e a 20,6% do PIB (Produto Interno Bruto). Em função do aumento expressivo do número de empregos gerados entre os dois anos nos dois segmentos, a massa salarial apresentou incremento real de 57,3% nas microempresas e 37,9% nas pequenas.

Segundo (SEBRAE SP 2006) em 2004, no Brasil, havia 5.110.285 estabelecimentos no setor privado. Desse total, 5.028.318 estabelecimentos eram de MPE's (ou 98% do total de estabelecimentos) e 81.967 estabelecimentos de médias e grandes empresas (2% dos estabelecimentos).

A propósito (SEBRAE SP 2006) cerca de 56% das MPE's encontravam-se no comércio, 30% em serviços e 14% na indústria.

Ainda segundo (SEBRAE SP 2006) no Estado do Rio de Janeiro, em 2004, no grupo das micro e pequenas empresas existiam 164.186 estabelecimentos no comércio, 134.635 no setor de serviços e 39.370 na indústria. Entre as MPEs do comércio, em 2004, os segmentos com maior número de empresas foram: o varejo vestuário (10,9%); o varejo de materiais de construção (8,3%) e os minimercados e mercearias (5,5%). Entre os segmentos do comércio que apresentaram maior taxa de crescimento no número de estabelecimentos, no período entre 2000 e 2004, destacam-se: o varejo de materiais e equipamentos para escritório e informática (aumento de 42,7%) e as quitandas, avícolas, peixarias e sacolões (aumento de 26,7%).

3.2 CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DAS PEQUENAS EMPRESAS

Observa-se que a realidade das pequenas empresas é diferente das grandes organizações. É um espaço onde o empreendedor(a) em muitos casos é também um

trabalhador(a). Há organizações com um número mínimo de funcionários, por vezes apenas dois ou três e de uma mesma família.

Segundo Davis (apud Bezerra, 2001), uma pequena empresa é caracterizada por ser operacionalizada pelo proprietário, por possuir poucos empregados e/ou poucos produtos ou linhas de serviços, baixo capital de giro, baixas margens de lucro, baixas despesas gerais, pequena área de atuação, conhecimento limitado de tecnologias de informação e sistemas de informação manuais.

As especificidades, isto é, as características próprias da pequena empresa, segundo Leone (1999), podem ser divididas em:

- a) Especificidades Organizacionais: possuem estrutura organizacional simples, mais centralizada, necessitando de quantidade menor de unidades ou funções administrativas. Os processos de planejamento e de controle são, geralmente, pouco formalizados e quantificados. Nessas empresas pode-se falar em personalização da gestão na pessoa do seu proprietário-dirigente. O dirigente pode discutir diretamente com seus clientes, tanto para conhecer suas necessidades como para apresentar seus produtos. Da mesma forma, por estar próximo a seus empregados, pode explicar-lhes a qualquer momento toda mudança de direção que deseje implementar.
- b) Especificidades Decisionais: a tomada de decisão é baseada na experiência, no julgamento ou na intuição do proprietário-dirigente. O dirigente se recusa a delegar e centraliza todas as decisões. Os valores do proprietário-dirigente marcam profundamente as tomadas de decisões e a definição das políticas de sobrevivência e de desenvolvimento do seu negócio. O grande envolvimento do dirigente com sua empresa faz com que ela seja um prolongamento de sua própria vida, de tal forma que os objetivos da empresa sejam definidos pelos seus próprios objetivos.
- c) Especificidades Individuais: caracteriza-se pelo papel predominante de um só indivíduo na organização, o proprietário-dirigente. A pessoa física tende a se confundir com a pessoa jurídica. As micro e pequenas empresas vêm a evidência de sua existência, suas perspectivas e seus objetivos afetados pelo percurso pessoal de seu dirigente. Para melhor compreender a empresa é importante analisar as atitudes, competências, motivações e comportamento organizacional do seu dirigente.

As principais diferenças entre Micro/Pequena e Média/Grande Empresa segundo SEBRAE-PR são apresentadas no quadro 1 seguinte:

Micro e Pequena Empresa	Média e Grande Empresa
Menor carga tributária	Maior carga tributária
Produção não seriada	Produção seriada (linha)
Informalidade	Formalizações das operações
Ausência de dados e controles	Existência de informações
Decisões centralizadas	Decisões descentralizadas
Mão-de-obra não qualificada	Mão-de-obra qualificada
Menores salários	Maiores salários
Adequação aos clientes	O cliente se adapta aos produtos
Versatilidade produto / venda / ramo	Rigidez produto / venda / ramo

Custos unitários maiores	Economia em escala
Contato direto com o cliente	Cadeia e terceiros aos clientes
Confusão indivíduo / família / empresa	Impessoal
Administrada pelo empresário / proprietário	Administradores profissionais

Quadro 1. Principais diferenças entre micro e média empresa. Fonte: SEBRAE PR

Ainda, conforme SEBRAE-PR, as principais características do empresário da Micro e Pequena Empresa são:

- normalmente sem formação acadêmica;
- aprendeu o ofício na prática com o empregado;
- vem da produção ou vendas;
- altamente intuitivo;
- decide empiricamente;
- limita-se a acompanhar a concorrência;
- estilo de administração autocrático/paternalista;
- fazedor de tudo;
- individualista;
- visão e preocupação imediatista;
- descrente de mudanças e aprendizagem;
- desinformado – não lê;
- não investe em auto-desenvolvimento

Percebe-se que a gestão da pequena empresa está intimamente ligada às características e à personalidade do seu executivo principal.

Ainda segundo Leone (1999) as pequenas empresas possuem características comuns. São elas:

- a) a importância do papel do empreendedor – suas aspirações, motivações e seus objetivos pessoais;
- b) o papel do ambiente – devem adaptar-se ao seu ambiente. Essa atitude não precisa ser necessariamente passiva, reativa; a empresa pode tentar mudar seu ambiente e constituir-se em rede;
- c) a natureza da organização – funcionam como um espaço de transmissão aberto sobre o ambiente. As configurações possíveis são diversas, indo desde as mais simples até as estruturas mais sofisticadas;
- d) a natureza das atividades – elas escolhem, naturalmente, uma estratégia de especialização e apóiam-se sobre competências distintas e muito específicas.

A propósito, Oliveira (apud Bezerra, 2001) apresenta um quadro comparativo entre os pontos fortes e fracos das micro e pequenas empresas em relação à competitividade.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Arrojo, crença e obstinação pelo trabalho	Característica gerencial autoritária e

	centralizadora
Agilidade nas ações e na tomada de decisões	Individualismo pelo medo da concorrência
Informações internas circulam com mais facilidade	Dificuldade de comunicação com o ambiente
Funcionários mais próximos dos clientes	Visão distorcida dos recursos humanos e pouco profissionalismo no atendimento aos clientes
Melhor entendimento da organização pelos funcionários	Empregos menos vantajosos pelos trabalhadores
Mão-de-obra com utilização otimizada	Falta de pessoal qualificado para tarefas específicas e sobrecarga de trabalho
Funcionários mais generalistas	Poucos investimentos em treinamento
Adaptabilidade maior em relação às mudanças de mercado	Baixo poder de barganha em relação a contratação de empréstimos.
Flexibilidade de adaptação ao mercado	Capacidade de produção limitada em baixa escala.

Quadro 2. Pontos fortes e fracos da micro e pequena empresa. Fonte: Oliveira (apud Bezerra, 2001).

Segundo Souza (2001) o empresário tem que estar atento às transformações que estão acontecendo em decorrência da globalização. Assim, ele estará dando um passo importante na busca de novos mecanismos capazes de facilitar sua posição frente à concorrência do mercado.

Como se pode observar no esquema anterior, o rápido fluxo de informações internas e a flexibilidade de adaptação ao mercado são um dos pontos fortes apresentados pelas pequenas empresas.

Ainda segundo Souza (2001) o investimento em tecnologia, torna-se um fator limitante do crescimento das MPE's a partir do momento em que estas empresas não possuem condições de dispor de equipamentos mais modernos. Isso se deve, na maioria das vezes, ao fato dessas empresas não possuírem condições de pleitearem um financiamento, como também as dificuldades de acesso a esse tipo de inovação.

3.3 O GERENCIAMENTO DA INFORMAÇÃO NA PEQUENA EMPRESA

Esse cenário cada vez mais competitivo vem impondo as pequenas empresas novos desafios, exigindo mais conhecimento das variáveis ambientais, da própria empresa e uma tomada de decisão baseada em estudos, fatos e análises. Isso fez aumentar a demanda dos administradores por informações que ajudem as empresas a minimizar os riscos e garantir a sobrevivência e o bom desempenho da performance no futuro.

A explicação dos conceitos de dados, informação e conhecimento é essencial à compreensão do gerenciamento estruturado da informação, o ponto central deste trabalho.

Segundo Turban et al. (2005), ítems de dados significam uma descrição de coisas, eventos, atividades e transações que são registradas, classificadas e armazenadas, mas não são organizadas para carregar qualquer significado específico. Informação são dados que foram organizados de modo que tenham significado e valor para o recebedor. Conhecimento, são dados e/ou informações que foram organizados e processados para carregar conhecimento,

experiência, aprendizado acumulado e especialidade conforme se aplicam a um problema ou atividade atual, conforme o esquema 6 abaixo.



Esquema 1 - Conceito de dado, informação e conhecimento. Fonte: Turban et al (2005).

Observa-se que as decisões normalmente são tomadas com base na intuição e experiência do empresário dirigente da organização. Dessa forma, o dirigente da pequena empresa precisa se conscientizar que o gerenciamento das informações internas e externas aumentam a possibilidade de conhecimento do mercado e da empresa, sobrevivência e sucesso do negócio. Neste cenário extremamente competitivo o que diferencia uma empresa da outra é a forma como ela se utiliza da informação.

Segundo Beraldi & Escrivão Filho (2002), as pequenas empresas, no geral, não possuem sistemas informatizados, ou seja, seus controles são feitos quase que, exclusivamente, por meio de papeladas intermináveis. Contudo, o custo cada vez menor dos computadores e a possibilidade de gestão integrada por software parecem incentivar cada vez mais o pequeno empresário a investir pesado neste setor em busca de melhor desempenho da empresa com relação aos concorrentes.

Segundo Ruas (1996) O indicador ROI (Retorno sobre o investimento) pode ser expresso através da fórmula a seguir:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro Líquido após o Imposto de Renda}}{\text{Ativos Totais da Empresa}}$$

Fórmula 1. ROI – Retorno sobre o investimento. Fonte: Ruas (1996, p.17)

Ou seja, significa verificar, após um determinado período a relação entre os recursos investidos no negócio (Ativos totais) e os ganhos obtidos (Lucro Líquido após o Imposto de Renda – IR).

A fórmula 1 pode ser decomposta na fórmula 2, multiplicando-se pelo volume de vendas o denominador e o numerador:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro Líquido após o IR}}{\text{Vendas}} \times \frac{\text{Vendas}}{\text{Ativos Totais}}$$

Fórmula 2. ROI decomposto = Retorno sobre o Investimento. Fonte: RUAS (1996, p. 17)

Observa-se que a primeira fração corresponde à margem líquida e a segunda fração da fórmula 2, ao giro dos ativos. A margem líquida corresponde à lucratividade em relação às vendas geradas.

$$\text{Margem líquida} = \frac{\text{Lucro Líquido após o Imposto de Renda}}{\text{Vendas}}$$

Fórmula 3. Margem Líquida. Fonte RUAS (1996, p. 18)

O giro dos ativos corresponde à eficiência no uso dos ativos para gerar as vendas.

$$\text{Giro dos Ativos} = \frac{\text{Vendas}}{\text{Ativos totais}}$$

Fórmula 4. Giro dos Ativos. Fonte: RUAS (1996, p. 18)

Administradores e empresários gerenciam seus negócios buscando, permanentemente, aumentar a margem e o giro dos seus respectivos negócios. Estes indicadores, embora não

auxiliem muito a tomada de decisões do dia-a-dia da empresa, são muito importantes devido ao seu alto nível de agregação (fornecem um painel da empresa como um todo).

4. DISCUSSÃO E CONCLUSÃO

Verifica-se que para que o gerenciamento da informação obtenha êxito dentro das micro e pequenas empresas faz-se necessário que o proprietário, o gestor e todos os colaboradores desenvolvam um processo de obtenção, registro, compartilhamento, monitoramento e uso da informação dentro do ambiente de negócio.

Verifica-se que a pequena empresa ainda não descobriu uma forma de se tornar mais competitiva e rentável a partir do gerenciamento da informação. Verifica-se que isto ocorre, principalmente pelas características do arranjo de negócio, característica gerencial autoritária e centralizadora, pela confusão existente entre indivíduo família e empresa, pela dificuldade da comunicação com o ambiente externo, pela falta de pessoal qualificado para tarefas específicas e sobrecarga de trabalho.

Percebe-se que, antes que o pequeno empresário invista em equipamentos ou sistemas de informação, é necessário que se faça uma avaliação prévia. Deve-se levar em consideração alguns aspectos como: investimento inicial, tempo de retorno do investimento, aumento da performance em vendas, diminuição de custos operacionais, confiabilidade das informações (segurança), número de funcionários existentes, base de clientes e fornecedores, entregas, serviços adicionais e terceirizados, velocidade nos processos internos.

5. REFERÊNCIAS

- BERALDI, Lairce Castanhera.; ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas. Revista Ciência da Informação, Brasília, v. 29, n. 1, p. 46-50, jan./abr., 2000.
- BEZERRA, Cícero Aparecido. Projeto de Sistemas de Informação baseado em qualidade: uma abordagem voltada à pequena empresa. 2001. 110p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2001.
- LEONE, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto Guerra. As especificidades das pequenas e médias empresas. Revista de Administração. São Paulo, v. 34, nº 2, p. 91-94, abr./jun. 1999.
- RUAS, Roberto L. Sua empresa é competitiva? Brasília: SEBRAE, 1996.
- SEBRAE NACIONAL. Disponível em < <http://www.sebrae.com.br> >. Acesso em: 07 jan. 2008.
- _____. Boletim estatístico das MPE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/boletim-estatistico-das-mpe>. Acesso em: 13 fev. 2008.
- _____. Critérios de Classificação do Porte da Empresa. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/estudosepesquisas.asp>. Acesso em: 12 jan. 2008.
- SEBRAE-PR. Módulo II – Quem são as pequenas empresas. Não paginado.
- SEBRAE-SP. Disponível em: < <http://www.eca.usp.br> >. Acesso em 25 jan. 2008
- SOUZA, Reginaldo F. Sistemas de Informações Gerenciais. Lavras:UFLA/FAEPE, 2001.
- TURBAN, Efrain; RAINER, Kelly R.; POTTER, E. Richard. Administração de tecnologia da informação: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

VERGARA, Sylvia C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.