

A DIFICULDADE DAS EMPRESAS DO EXTREMO LESTE DE SÃO PAULO DE CRESCEREM NO MUNDO EMPRESARIAL

GABRIELLY SANTOS CARVALHO

JULIANA LEME DO NASCIMENTO

LAVINYA CRISTYNA CARVALHO PRADO

MARIA VITÓRIA SOARES DE FREITAS

NICOLE GUILHERME PIMENTA

RAFAEL HENRIQUE MARTINS GONÇALVES

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo a discussão a respeito da dificuldade das empresas do extremo leste de São Paulo de crescerem no mundo empresarial. Evidenciando quais as dificuldades do microempreendedor. Neste sentido, trata-se da importância de uma análise de artigos e pesquisas para compreender e justificar os cenários existentes sobre o ramo empresarial, com a finalidade de soluções e melhorias para os microempreendedores no ambiente corporativo.

Palavras chaves: Microempreendedor. Desigualdade. Oportunidade. Extremo leste de São Paulo.

INTRODUÇÃO

O mundo corporativo vivência imensos desafios em um ambiente socioeconômico globalizado e altamente competitivo, no qual há lugar para empreendedores arrojados com visão de negócio fazendo com que o Empreendedorismo se torna uma ferramenta de extrema importância que deverá ser utilizada nos tempos atuais para contribuir diretamente para o sucesso de um empreendimento.

De acordo com Dolabela (1999), empreendedorismo é o termo utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens seu sistema de atividades e seu

universo de atuação. E a palavra “empreendedor” é utilizada para designar as atividades de quem se dedica a geração de riquezas, na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços na geração do próprio conhecimento ou na inovação em diversas áreas da organização.

O Artigo apresentado tem como objetivo refletir a dificuldade dos empreendedores periféricos, nas periferias de São Paulo.

Segundo o autor Sachs (2003), é necessário consolidar os Microempreendedores existentes e diminuir os altos índices de mortalidade observados atualmente dessas minorias, pensando na expansão das empresas de pequeno porte existentes e, sempre que possível, sua graduação para a categoria de médias empresas.

Na qual, muito é discutido o obstáculo de se desenvolver no ramo empresarial, por conta da ausência de qualificação administrativa, gerenciamento adequado da empresa, e em virtude dos empecilhos socioeconômicos, as empresas têm dificuldade de crescer.

De acordo com o autor Moraes, a maioria das empresas possuem sites, redes sociais, disparam e-mails marketing, publicam conteúdos em blogs, mas boa parte ainda não sabe como potencializar isso para melhorar o desempenho e garantir excelência nos resultados. O autor ressalta a importância da transformação digital do pequeno, médio e grande negócio.

Devido ao cenário atual, é de extrema importância tratarmos da invisibilidade dos microempreendedores no mercado de trabalho, e das suas dificuldades de se desenvolverem em seu ambiente inserido. Tendo em vista analisar, compreender e justificar os cenários existentes sobre o, para assim, prover conhecimento.

É preciso o crescimento contínuo empresarial dos microempreendedores do extremo leste de São Paulo, de modo a deixar as empresas reconhecidas e bem-posicionadas no ramo empresarial. Além disso, obter crescimento profissional pessoal, alcançando a lucratividade da empresa, deixando-a também, valorizada neste meio inserido. Todavia, pesquisas recentes apontam a desigualdade social e a falta de inclusão como os principais fatores da economia brasileira e a negligência que esse coletivo sofre.

Conforme os autores Meirelles e Athayde, a característica empreendedora dos moradores de favelas passou a ser ainda mais notável nos últimos 10 anos como decorrência de uma certa ascensão social. Os autores expõem que é nas periferias onde se encontra o campo de possibilidades, um lugar para viver e prosperar, onde se (re)configuram identidades e pertencimento e onde se forjam, dialeticamente, as resistências e lutas coletivas.

Em virtude do cenário atual, é de extrema importância tratar da invisibilidade dos microempreendedores do extremo leste de São Paulo no ramo empresarial, e das suas dificuldades de se desenvolverem em seu ambiente inserido. Pretende-se fornecer informações

atualizadas através da tecnologia de forma a encontrarmos uma proposta a este problema e também demonstrar qual a dificuldade de crescimento no ramo empresarial do extremo leste de São Paulo e expor os empecilhos viventes dos microempreendedores.

Como principal objetivo ubscar uma análise através de artigos e pesquisas para compreender e justificar os cenários existentes sobre o ramo empresarial do extremo leste de São Paulo, para assim, prover conhecimento e auxiliá-los a crescerem profissionalmente. Propor uma proposta de intervenção para que esta situação seja solucionada, através do marketing e de todas suas serventias, de forma que promova as empresas periféricas.

Como metodologia será adotada a pesquisa de formação teórica sobre o tema, a partir de pesquisas bibliográficas de artigos e livros, buscando conhecimento científico sobre as condições de empresas periféricas e suas dificuldades. Com o nosso conhecimento técnico iremos prestar consultoria para que as empresas tenham visão e cresçam no mundo empresarial.

1. EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. (SENTANIN, 2005)

1.2 PEQUENOS NEGÓCIOS

Pequenos negócios são assim definidos: microempreendedor individual se possui renda bruta mensal igual ou inferior a R\$81.000,00; microempresa se possui uma renda bruta mensal igual ou inferior a R\$360.000,00; e empresa de pequeno porte se possui renda igual ou inferior a R\$4.800.000,00 (SEBRAE, 2018).

1.3 INCLUSÃO DIGITAL

Xavier (2011) afirma que a inclusão digital é o domínio e o acesso pelo indivíduo de funções e ações necessárias à utilização eficiente e rápida de equipamentos dotados de tecnologia digital, tais como computadores pessoais, telefones celulares, caixas-eletrônicos de bancos e afins.

1.4 PERIFERIA

No contexto brasileiro, a terminologia “periferia” se refere um grupo socioeconômico de baixa estrutura, com a quantidade de recursos reduzidas. Segundo Simone Pallone (2005), “o

termo tem sido usado para designar loteamentos clandestinos, ou favelas localizadas em áreas mais centrais, onde vive uma população de baixa renda.” Foi reforçado este tipo de grupo após a Guerra Fria, que se tratava de um debate econômico que influenciou em todos os países de primeiro mundo, logo, afetou diretamente economia brasileira, que era dependente dos EUA, todavia, a periferia em questões políticas, se trata de uma falha econômica e estrutural, interferindo diretamente na população que está inserida nesta condição.

Em termos mundiais, o conceito de periferia foi reforçado após as duas grandes guerras e acirrado com a Guerra Fria, destinando o status de centro àqueles países de maior poder econômico e militar, e de periférico aos mais pobres, dependentes, com problemas de infraestrutura, segundo Silva. Nas cidades, o conceito se aplica ao espaço onde está o centro econômico de poder. Do lado oposto, estaria a periferia. Silva afirma que o conceito surgiu na tentativa de tornar toleráveis a manutenção de cidades ao Estado. Mas o que se tem na verdade, é uma perpetuação das desigualdades sociais e econômicas. (PALLONE, 2005. Vol.57)

1.5 DESIGUALDADE SOCIAL

A desigualdade social é uma condição sociocultural persistente em todos os países, tendo como foco o destaque de um certo grupo social, por se diferenciar da sociedade, sejam elas por questões, sociais, culturais, étnicas, etc. Consentido no contexto histórico sociocultural que ainda interfere nos dias atuais, a título de exemplo, a construção da cidadania, que obtém opressão em todos aqueles que foram determinados como diferentes.

Diante de uma conjuntura social fragilizada e com desigualdades que não possibilitam minimamente ao cidadão uma renda fixa mensal compatível com suas necessidades básicas de sobrevivência e de sua família, cabe às Políticas sociais conhecer e estabelecer mecanismos de enfrentamento das vulnerabilidades sociais as quais a população está sujeita.” (ISABELA C. 2010, p.03)

1.6 INVISIBILIDADE DIGITAL

A invisibilidade digital constitui-se a partir de um grupo minoritário que não possui acesso ou possui um acesso subalterno referente a internet e aos novos meios de comunicação, tornando-se excluídos essa parcela da sociedade do ramo tecnológico. De acordo com Gerald Kane et al (2019, p.30), há fragmentações dentro dessa exclusão; colocando como pilar a adoção: quando há a insuficiência de recursos financeiros para acompanhar a aceleração tecnológica. E em seguida temos a adaptação: indivíduos que apresentam dificuldades para se

adaptar e incluir-se aos novos meios tecnológicos, sendo tanto pessoa física como jurídica. Ambas as divisões da segregação digital tornam nossa população mais desigual, pois privam esse bloco de pessoas a terem uma aquisição igualitária semelhante aos demais cidadãos.

1.7 CONDIÇÕES NECESSÁRIAS PARA O EMPREENDEDORISMO

Tendo em vista que o mundo empresarial pode ser influenciado por fatores ambientais, econômicos e sociais se estabelecem condições para que o empreendedor alcance metas e assim se assegure no ramo empresarial. Segundo Chiavenato (2006), para obter retornos positivos em empreendimentos é essencial aplicar ferramentas da administração em seus negócios:

O empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio. (CHIAVENATO; 2006, p. VII).

1.8 INCLUSÃO SOCIAL PELO TRABALHO

De acordo com Sachs (2004), a inclusão social pelo trabalho compreende a tarefa urgente de implementar políticas públicas, promover a formalidade, providenciar direitos trabalhistas e discutir os obstáculos que devem ser removidos para alcançar a paridade coletiva. Segundo Scarcelli (2011) a inclusão refere-se ao ato ou efeito de incluir. Conforme o dicionário Aurélio (2010), a terminologia inclusão surge como “abranger, compreender, conter, envolver, pôr ou estar dentro, inserir num ou fazer parte de um grupo”. Em congruência ao adjetivo social “que diz respeito à sociedade”, também segundo o dicionário, a inclusão social pode ser entendida como um ato de inserir algo na sociedade para que, assim, possa fazer parte dela. (apud COSTA; IANNI, 2018, p. 1).

2. EMPREENDEDORISMO DE PEQUENOS NEGÓCIOS

Em modo geral o significado de empreendedorismo remete à “uma atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração.” (Siddhartha, 2016). Ou seja, empreender está ligado a iniciar algo novo e colocar ideias em prática, seja em uma instituição profissional ou fora dela.

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. (SENTANIN, 2005)

O Empreendedorismo ganhou destaque nos últimos anos, principalmente devido à crise econômica que afetou muitos países ao redor do mundo, a COVID foi um meio que levou muitos empregados a se tornarem empreendedores.” (Bárbara Dias, 2023). Após esses acontecimentos os que outrora eram empregados passaram a buscar por autonomia, flexibilidade, possibilidades de ganhos elevados e o principal, satisfação.

As principais vantagens do empreendedorismo estão ligadas a liberdade que o indivíduo possui para conduzir o próprio negócio, a versatilidade e a possibilidade de crescimento caso o negócio seja conduzido de uma maneira correta. A atividade empreendedora também permite que o seu ganho seja diretamente proporcional ao seu esforço, isso serve como incentivo e combustível para continuar com a ideia proposta inicialmente. (RODRIGUES, 2021)

Se você deseja ser um empreendedor(a), logo precisará buscar por conhecimento. É relevante manter-se sempre atualizado e desenvolver novas habilidades. Por esse motivo, crie o hábito de ler mais, participar de palestras, ir a workshops e feiras, fazer cursos e quaisquer outras atividades que acrescentem conhecimento na área desejada.

Com as ferramentas certas, cursos online sobre empreendedorismo, mentorias e boas fontes de informação, é possível lançar produtos e serviços inovadores no mercado e obter sucesso como empreendedor, mesmo para quem ainda está começando. (GOBIRA, 2023)

2.1 CRESCIMENTO DOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Os pequenos negócios são de extrema importância para a economia em nosso país. A importância do microempreendedor (MEI) para a economia brasileira é algo fundamental que gera emprego anualmente para milhares de pessoas.

Depois de mais de dez anos da existência do Microempreendedor Individual (MEI), é evidente o tamanho e a importância desse fenômeno para a história do empreendedorismo brasileiro. De julho de 2009 a dezembro de 2018, o número de MEI saltou de zero para 14 milhões, mantendo uma média de cerca de 1 milhão de registros por ano. Por isso, o Sebrae traz uma série de artigos em que apresenta a atuação do MEI nos pequenos negócios que consolidam a nossa economia: comércio, serviços, indústria, construção civil, agropecuária, pequenos negócios que engrandecem a economia brasileira. (SEBRAE. 2023. Pequenos negócios: a base da economia do nosso país).

Eles são regulamentados por leis que o estabelecem, definidos por critérios.

Pequenos negócios são assim definidos: microempreendedor individual se possui renda bruta mensal igual ou inferior a R\$81.000,00; microempresa se possui uma renda bruta mensal igual ou inferior a R\$360.000,00; e empresa de pequeno porte se possui renda igual ou inferior a R\$4.800.000,00 (SEBRAE, 2018).

O surgimento de novos negócios também está vinculado ao comportamento dos microempreendedores, em sua visão de negócios, e a busca por inovação constante.

Para Gonçalves et al. (2017) “Os pequenos negócios que mais inovam são os que conseguem se manter no mercado por mais tempo, demonstrando a necessidade de inovação para competitividade das organizações”.

Houve um crescente aumento dos pequenos negócios nos últimos anos, devido a necessidade do brasileiro de sobreviver após a Pandemia do COVID-19, entre outros fatores, também está a busca por uma renda extra.

Dados do governo federal, levantados pela plataforma Yooga mostram que 94% dos novos negócios são iniciativas de microempreendedores, impactados diretamente pelas condições impostas pela crise sanitária e econômica. Segundo o levantamento, o crescimento de 25% nos

últimos anos se explica pela mudança abrupta na renda das pessoas na pandemia, com queda de poder aquisitivo e aumento do desemprego. SALEME, Isabelle. OLIVEIRA, Bruno. Número de novas empresas aumenta 25% depois da pandemia. CNN Brasil, São Paulo, 06, 10 e 2022.

2.2 INCLUSÃO DIGITAL

No cenário atual, a inclusão digital é algo fundamental para a vida de todo cidadão do século 21. Devido a globalização e o aperfeiçoamento da tecnologia, desenvolveu-se ferramentas para comunicação e informação. A influência da internet na sociedade fortalece as relações sociais, econômicas e políticas.

Xavier (2011) afirma que a inclusão digital é o domínio e o acesso pelo indivíduo de funções e ações necessárias à utilização eficiente e rápida de equipamentos dotados de tecnologia digital, tais como computadores pessoais, telefones celulares, caixas-eletrônicos de bancos e afins.

A internet facilitou para com que as empresas crescessem no mercado de trabalho, ampliando as vendas de produtos ou serviços, marketing, feedbacks e pesquisas para conhecer melhor o interesse de seu público-alvo, processos internos como a divulgação de vagas para contratação de funcionários, entre outros diversos benefícios para com que o microempreendedor consiga desfrutar de ferramentas que alavanque seu negócio.

O crescimento na aceitação da tecnologia e facilidade de acesso às ferramentas digitais permite que as empresas acompanhem as tendências para se conectar e não perder mercado. Segundo os ensinamentos de Bill Gates, “as empresas de sucesso da próxima década serão aquelas que usarem ferramentas digitais para reinventar o modo de operar (1999, apud, REEDY, SCHULLO, ZIMMERMANN, 2001, p.360).

2.3 O IMPACTO DA UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS NA GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS

O uso ferramentas digitais, como as redes sociais, e sites informativos mudou a vida das pessoas e a forma com que se relacionam em seu cotidiano e no mercado de trabalho. A

tecnologia simplificou as compras de diversos produtos nos meios digitais, e a procura pelos melhores preços e custo-benefício. No entendimento de Lima (2016) As ferramentas digitais para uso próprio do indivíduo são as redes sociais conhecidas como: Twitter, Instagram, WhatsApp, Facebook, entre outros. Estas ferramentas possibilitam uma comunicação simultânea entre as pessoas, por meio de imagens, vídeos ou textos. Atualmente, no âmbito Profissional essas ferramentas são imprescindíveis no que se refere às ferramentas de marketing na qual são cada vez mais eficazes e significativas, ou seja, para que um empreendedor alcance o sucesso profissional precisa estar sempre atualizado e conectado através das ferramentas digitais e de marketing.

Entretanto, encontramos uma dificuldade do público mais velho de adaptar-se a nova escrita digital e seus termos, isso é consequência da taxa de pessoas não alfabetizadas negligenciadas pelo estado e de jovens periféricos que abandonaram seus estudos para poder trabalhar desde cedo devido a desigualdade social enraizada no país.

Um parceiro importante no combate à exclusão digital é a educação. A educação é um processo e a inclusão digital é um elemento essencial deste processo. Instituições de ensino, tanto públicas como particulares, devem contribuir para o aprendizado e interação dos cidadãos com as novas tecnologias, sendo para isso necessária a atuação governamental e da própria sociedade. Atualmente, o termo sociedade do conhecimento, ou da informação, vem sendo usado para designar uma nova forma de sociedade, onde o recurso mais importante é o capital intelectual, que é cada vez mais exigido de quem deseja conseguir um emprego (SILVA-FILHO, 2003).

3. EMPREENDEDORES PERIFÉRICOS E A TECNOLOGIA

No contexto brasileiro, a terminologia de “Periferia” se refere um grupo socioeconômico de baixa estrutura, com a quantidade de recursos reduzidas. Segundo Pallone (2005, p. 01), “o termo tem sido usado para designar loteamentos clandestinos, ou favelas localizadas em áreas mais centrais, onde vive uma população de baixa renda”. O empreendedorismo periférico tem como contexto histórico, a pirâmide social, que se trata de um cálculo de meritocracia, na qual, se justifica a incansável procura de crescimento no mercado de trabalho.

Stuart Hart evoluiu a ideia para a Base da Pirâmide 2.0 em que, ao invés de pensar na base da pirâmide apenas como um mercado consumidor, a população de baixa renda se tornava protagonista e cocriava negócios em conjunto com as grandes empresas.

(BARKI, 2017, p. 01)

Os microempreendedores periféricos obtêm muitas dificuldades de alcançar a estabilidade financeira e permanecer no mercado de trabalho, devido a esse apagamento e exclusão social. As periferias do extremo leste de São Paulo apresentam potencial para o crescimento no mercado de trabalho, tendo como ponto principal a busca incansável e resistência desses mesmos que sofrem diariamente com o mercado.

Mas empreender na periferia não é simples. Os olhos dos investidores, muitas vezes, não estão voltados para essas regiões. O capital humano mais especializado é escasso e os desafios institucionais limitam o espírito empreendedor. (BARKI, 2017, p. 01)

Entretanto, devido a desigualdade social em que o país presencia atualmente, muitos empreendedores periféricos que não possuem conhecimentos básicos referente a construção e estabilização de uma empresa, portanto não conseguem adentrar no mercado de trabalho, ou não conseguem se manter por escassez de conhecimento.

3.1. DESIGUALDADE SOCIAL

De acordo com Godinho (2010) a desigualdade social é uma condição sociocultural persistente em todos os países, tendo como foco o destaque de um certo grupo social, por se diferenciar da sociedade, sejam elas por questões, sociais, culturais, étnicas, etc. Consentido no contexto histórico sociocultural que ainda interfere nos dias atuais, a título de exemplo, a construção da cidadania, que obtêm opressão em todos aqueles que foram determinados como diferentes.

Diante de uma conjuntura social fragilizada e com desigualdades que não possibilitam minimamente ao cidadão uma renda fixa mensal compatível com suas necessidades básicas de sobrevivência e de sua família, cabe às Políticas sociais conhecer e estabelecer mecanismos de

enfrentamento das vulnerabilidades sociais as quais a população está sujeita”. (GODINHO, 2010 p. 03.)

A oportunidade para se inserir no mercado de trabalho está escassa, logo, muitos enxergam como uma oportunidade para criar novos negócios, tendo uma visão de crescimento e evolução profissional. Segundo Barki (2017 p. 01), “Os negócios sociais apareceram para muitos como uma oportunidade de criar projetos mais inclusivos”.

Conforme Albagli e Maciel (2002) ademais, a desigualdade social interfere diretamente no crescimento de microempreendedores que estão se iniciando no mercado atualmente, visto que, esta dificuldade é muito além de qualificação profissional e conhecimento.

Evidencia-se, entretanto, cada vez mais, que tal capacidade não se resume ao aprimoramento de pessoas e empresas isoladamente, por meio do incremento da dotação de trabalhadores qualificados e treinados. (ALBAGLI; MACIEL, 2002, p. 01)

Segundo Albagli e Maciel (2002) apesar disso, existem muitos empreendedores no extremo leste de São Paulo que possuem um potencial de extrema importância para o alcance da estabilização financeira e profissional, tendo em vista que, o mundo atual está inovando a cada dia, e a tecnologia se tornou um dos principais fatores para a expansão das empresas diversas dentro do setor de vendas e financeiro, e muitas das mesmas estão ficando “atrasadas” devido a essa evolução instantânea que o mercado de trabalho sofreu.

O aprofundamento do processo de globalização e o acirramento da competição capitalista, motivando a busca por inovações contínuas e por novas oportunidades, como elementos de diferenciação competitiva dos agentes econômicos. (ALBAGLI; MACIEL, 2002, p. 3)

3.2. INVISIBILIDADE DIGITAL DE PEQUENOS EMPREENDIMENTOS NO EXTREMO LESTE DE SÃO PAULO.

A internet originou-se nos anos 60, nos Estados Unidos durante o período da Guerra Fria com o objetivo de trocar informações de forma mais rápida e longínqua, e teve seu ingresso no Brasil após 30 anos da sua origem. Desde o seu surgimento, esse espaço virtual vem se

expandindo e sendo inserido cada vez mais no cotidiano brasileiro (IBRAHIM *et al.*, 2022). Além da internet ter sido fragmentado pelas grandes empresas, transformando-se em meios de comunicação e entretenimento, também foi transfigurada como um mecanismo para a criação de novos negócios.

Ainda que a mediação do funcionamento das figuras do Estado passe a contar com ferramentas tecnológicas, a realidade de muitos indivíduos apresenta um grau de assimetria socioeconômico tão acentuada que os impede de acompanhar o estado da arte das tecnologias do século XXI. A internet e o smartphone desconhecem totalmente a realidade de uma parcela considerável da população. (GABARDO; REYNA; SANTOS, 2020, p. 32)

Apesar da possibilidade de a tecnologia poder alavancar os empreendimentos, principalmente os pequenos negócios, antes é necessário haver uma inserção nesse mercado digital. Todavia, a desigualdade socioeconômica é um grande empecilho para um alcance igualitário da população. (GABARDO; REYNA; SANTOS, 2020)

A invisibilidade digital constitui-se a partir de um grupo minoritário que não possui acesso ou possui um acesso subalterno referente a internet e aos novos meios de comunicação, tornando-se excluídos essa parcela da sociedade do ramo tecnológico. De acordo com Gerald Kane *et al* (2019), há fragmentações dentro dessa exclusão; colocando como pilar a adoção: quando há a insuficiência de recursos financeiros para acompanhar a aceleração tecnológica. E em seguida temos a adaptação: indivíduos que apresentam dificuldades para se adaptar e incluir-se aos novos meios tecnológicos, sendo tanto pessoa física como jurídica. Ambas as divisões da segregação digital tornam nossa população mais desigual, pois privam esse bloco de pessoas a terem uma aquisição igualitária semelhante aos demais cidadãos.

Com a presença de um novo mundo moderno, é fundamental que o meio digital faça parte do cotidiano da população brasileira. Por esse fator, afirma Ibrahim, *et al.* (2022) sobre a extrema importância que as empresas e microempresas possuem de se adentrarem nessa nova ferramenta como forma de promoverem os seus negócios.

3.3. O USO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS COMO PONTE PARA O CRESCIMENTO DAS MICROEMPRESAS.

Segundo Gomes (2019, p. 242) “As plataformas de inovação permitem inovações de modelos de negócios impulsionadas e suportadas pela tecnologia da informação”.

É importante as empresas estarem presentes nas redes sociais cada vez mais, pois é por meio dessa presença que se tem a possibilidade de expor seu negócio e conseqüentemente atrair mais clientes, além de ser uma excelente ferramenta para se manter uma comunicação direta com eles, já que o uso delas nesse âmbito requer que essa ligação entre empresa e cliente seja recíproca, com o objetivo de construir um bom relacionamento. (ANDRADE *et al.*, 2022, p. 3)

De acordo com Andrade *et al.*, (2022) a pandemia foi um gatilho para as empresas dominarem ainda mais o espaço virtual, a fim de possibilitarem a inovação de seus negócios e facilitar em seu relacionamento com o cliente. “No ano de 2010, segundo apura matéria da revista Exame da época, havia no mundo cerca de 255 milhões de sites na internet. Ao final de 2021, já são mais de 1,88 bilhões” (SEBRAE, 2022, Online)

Segundo dados compilados pela plataforma Oberlo, 63% das experiências de compras se iniciam on-line. Na verdade, o pai do marketing Philip Kotler deixa claro em sua obra Marketing 4.0, que atualmente o consumidor realiza pesquisas em lojas online, até mesmo dentro de estabelecimentos físicos, a fim de comparar preços e checar avaliações de outros clientes. Dessa maneira, muitos se enganam ao pensar que as plataformas digitais servem para tirar clientes do comércio físico. Na verdade, elas são um complemento aos serviços e produtos oferecidos. (SEBRAE, 2022, Online)

As empresas que ainda não se modernizaram dentro do ramo tecnológico possuem dificuldades de alavancarem profissionalmente, principalmente após a epidemia de 2020, assim afirma Andrade *et al.*, (2022, p. 6) “é visível a transição do uso de tecnologias nesse período pandêmico.” podendo ser um retrocesso dentro do mercado ocupacional. As plataformas digitais vem sendo uma ponte para a estabilização e o crescimento exponencial das micro e pequenas empresas, tornando um facilitador na questão tanto de vendas; marketing da empresa; relacionamento com o cliente quanto na divulgação geral do produto/serviço que a empresa

presta. Cabe aos empreendedores, usarem dos meios digitais para promoverem seus negócios e serem reconhecidos através das ferramentas existentes. (SEBRAE, 2022, Online)

4. A INCLUSÃO SOCIAL DOS EMPREENDEDORES DE PEQUENO PORTE PELO TRABALHO DECENTE

Segundo Sachs (2004), a maioria dos empreendedores de pequeno porte são obrigados a se exporem à competitividade espúria por causa da baixa produtividade de seus trabalhos, tendo como consequência salários baixos, ausência de proteção social, jornadas extensas e condições nocivas de trabalho. Para confrontar as desigualdades perante a sociedade, os indivíduos enxergam como única alternativa mergulhar na informalidade. Sachs (2004) reafirma que, não se prejudicam somente os sofrendores do trabalho insalubre, como também a sociedade. O Estado ausenta-se da obrigação de fornecer investimentos e ações que lutem contra a pobreza e a inclusão social pelo trabalho decente.

A saída da informalidade requer um conjunto de políticas públicas complementares inspiradas pelo princípio de tratamento desigual dos desiguais, no caso, ações afirmativas em favor dos empreendedores mais fracos, para que possam, com o tempo, enfrentar o mercado em condições de competitividade genuína e de produtividade suficiente para proporcionar postos de trabalho decente. (SACHS, 2004, p. 41)

Ainda de acordo com o autor citado, é destacado que se faz necessário pensar em estratégias que venham a garantir a inclusão social pelo trabalho, levando em consideração as taxas de crescimento econômico e as mudanças que podem vir a ocorrer no mercado. As políticas sociais compensatórias são fundamentais perante as grandes diferenças sociais e aos níveis de exclusão presentes no Brasil, além disso, surge a urgência em proporcionar o acesso aos serviços sociais em maior escala, garantindo a educação, saúde e moradia para a população.

Juntamente com o aumento do salário-mínimo e com aumento da oferta de força de trabalho mais escolarizada diminui os diferenciais de salário, reduzindo a desigualdade de renda e a pobreza. A inclusão social por outro lado pode ser ampliada com programas sociais, de

transferência de renda, de apoio à educação e à moradia.
(CACCIAMALI; TATEI; 2016, p. 116)

Segundo Silva (2008), o empreendedorismo aliado à capacitação profissional tornou-se uma alternativa para a solução do problema de geração de trabalho e a necessidade de renda para os empreendedores de todos os tipos, especialmente os de pequeno porte que empreendem por necessidade. A adoção desse modelo de trabalho evidenciou valores sócio-culturais presentes, sendo o principal deles o almejo pela liberdade econômica.

[...] aqueles empreendedores que, em princípio, teriam mais condições de ser bem-sucedidos – os orientados por oportunidades – dependem menos do sucesso de seus negócios, ou seja, o novo empreendimento inicialmente cumpre a função de complementar a renda. Os empreendedores por necessidade – que já iniciam seus negócios com menos recursos e, na maior parte dos casos, sem orientação profissional – são aqueles que, paradoxalmente, mais esperam e dependem desses mesmos negócios para sua sobrevivência, ao mesmo tempo em que suas iniciativas tenderiam mais ao insucesso (SIMARA, 2006 apud SILVA, 2008, p. 88)

Sachs (2004) identifica que o crescimento do auto-emprego e a expansão de empreendimentos de pequeno porte possuem um lugar de realce na estratégia de inclusão social pelo trabalho decente. No entanto, a concentração de esforços nesses empreendimentos se torna ineficaz quando não há presença do aprendizado devidamente institucionalizado por parte dos empreendedores.

A vitalidade econômica de um país e o espírito de empreendedorismo de seu povo resultam num fluxo contínuo de criação de novos empreendimentos que, em sua esmagadora maioria, são de pequeno porte. A contrapartida é a mortalidade também elevada destes empreendimentos submetidos ao teste difícil, quando não letal, da competição em mercados onde enfrentam empresas muito mais poderosas, atuando em condições de inferioridade no que diz respeito

ao acesso à tecnologia, ao crédito, às informações e à qualificação de seu pessoal. (SACHS, 2003, p. 111)

Sachs (2004) ressalta que para se alcançar a inclusão social e o trabalho decente no âmbito do mercado de trabalho, a implementação de políticas públicas que venham a promover a formalidade, os direitos trabalhistas e a discussão acerca dos obstáculos que devem ser removidos é crucial. Para Wright, Silva e Speers (2010) os empreendedores de pequeno porte devem focar no desenvolvimento contínuo de suas competências profissionais, assim como no conhecimento acerca das inovações tecnológicas, novos recursos e novas tendências que irão direcionar o rumo de seus negócios e torná-los atuais e de sucesso.

Profissionais precisam ter posturas empreendedoras em suas carreiras, devendo monitorar o ambiente, fontes de inovações e mudanças tanto quando o objetivo é a busca de oportunidades de negócios como quando o objetivo é desenvolver competências para se inserir no mercado de trabalho e, assim, oferecer habilidades requisitadas pelo mercado. (WRIGHT; SILVA; SPEERS, 2010, p. 21)

4.1 CONDIÇÕES NECESSÁRIAS E SUFICIENTES PARA O EMPREENDEDORISMO

Para Dolabela (2003, p.32 apud SALGADO; CAMILOTTI; LEZANA; 2012, p. 06), empreender é estar em constante processo de aprendizagem. Nesse contexto, é fundamental o conhecimento para um bom gerenciamento dentro de uma organização.

“Empreender é o ato de aprender constantemente, renovar, reciclar informações e habilidades, gerenciar, a todo o momento, o conhecimento como forma de atualizar-se, de realizar novas conexões criando, gerando novas ideias, novos negócios.” (SALGADO; CAMILOTTI; LEZANA; 2012, p.06)

Um empreendedor deve fazer um bom planejamento, desde a criação do negócio a estratégias que serão utilizadas. O autor Chiavenato (2006, p. VII) afirma que:

“O empreendedor precisa saber definir seu negócio, conhecer profundamente o cliente e suas necessidades, definir a missão e a visão do futuro, formular objetivos e estabelecer estratégias para alcançá-los, criar e consolidar sua equipe, lidar com assuntos de produção, marketing e finanças, inovar e competir em um contexto repleto de ameaças e de oportunidades.”

Chiavenato (2006, p. 201) ainda esclarece que além de ter um produto e prestar um serviço de qualidade é necessário saber posicioná-lo no mercado e conseguir instigar as pessoas a comprá-lo, sendo o marketing uma das ferramentas que constitui o principal elo entre o empreendedor e o cliente. Atender as necessidades e carências do cliente é um dos deveres do empreendedor para sustentar o negócio.

No entanto, um grande aliado do marketing é a internet que possibilita que os empreendedores conheçam bem os clientes e seus hábitos de compras. Essa harmonização, segundo Maya e Otero (2002, p. 72) a internet permite reunir pessoas com interesses comuns, independentemente de sua localização geográfica transferindo pelos meios virtuais o poder de negociação, definindo o que deseja comprar, como comprar, quando receber e até quanto estão dispostos a pagar. A internet é um amplo mercado digital que tem credibilidade para potencializar e estreitar o relacionamento entre a empresa e o consumidor, e fornecedores.

“A internet se mostra como um canal importante para comercialização e divulgação de produtos e serviços, principalmente para os pequenos negócios e novos empreendimentos. Assim, as empresas que traçaram estratégias sólidas por esse canal demonstraram que conseguiram gerar lucros aproveitando sua abrangência, mas respeitando os limites dessa ferramenta.”
(CHIAVENATO; 2006, p. 221)

Tendo em vista a necessidade das empresas de orquestrar o plano de ação, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas cita que, caso o empreendedor se sinta inseguro, a consultoria comprime as chances do fracasso de um negócio (SEBRAE, 2021).

“Consultoria empresarial é uma prestação de serviço onde o profissional da área, ou seja, o consultor dar um amparo ao cliente buscando sanar os erros a partir de seu conhecimento e experiência.” (MONSORES; DIAS; ALVES, 2015 p.4)

No âmbito empresarial, os autores Crocco e Guettmann (2017 apud LIMA. 2020, p. 27) afirma que o setor da consultoria expandiu em virtude da necessidade das empresas, de conhecimento e de desenvolvimento, da sua habilidade de atualização e adaptação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estamos vivendo a era da tecnologia em nossa realidade contemporânea, gerando um impacto notável, principalmente, nos grandes e pequenos empreendimentos, mostrando-se necessário a readaptação dos métodos de aplicação/ funcionamento, divulgação e relacionamento com o cliente, de forma a inserir a tecnologia em sua organização para ampliar o destaque no mercado de trabalho, entretanto, os microempreendedores periféricos possuem mais dificuldades para ascender profissionalmente, justamente pela ausência de alcançabilidade para incluir a mudança tecnológica em seu empreendimento. Observa-se primordialmente, que a falta de acessibilidade, conhecimento e recursos são os empecilhos de maior intensidade que afetam a população suburbana do país.

Nosso projeto aprofundou-se em estudos e pesquisas bibliográficas no tema, e concluiu-se que a solução mais adequada para diminuir a invisibilidade periférica no ramo empresarial seria referente a criação de uma consultoria, a fim de alavancar o rumo profissional das microempresas do Brasil, para que por meio dos serviços prestados, haja uma inclusão por parte das empresas periféricas no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria. Capital Social e Empreendedorismo Local, 2002, Disponível em: http://www.redesist.ie.ufrj.br/nts/nt33/F223_SaritaMLucia.PDF Acesso em: 25 de out. 2023.

ALVES, Josimar; DIAS, Nathália; MONSORES, Geneci. Consultoria Empresarial como Ferramenta Estratégica de Desenvolvimento em Pequenas Empresas. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/32022351.pdf>. Acesso em: 27 de out. 2023.

BARSKI, Edgard. Revista Gv Novos Negócios, 2017, Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rgnn/article/download/73661/70746> Acesso em: 25 de out. 2023.

CACCIAMALI, Maria; TATEI, Fábio. Mercado de Trabalho: da Euforia do Ciclo Expansivo e de Inclusão Social à Frustração da Recessão Econômica, 2016. Disponível

em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/BcVdWSchL8f4MNphn36sDCD/?format=html> Acesso em: 20 de out. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor. São Paulo. Editora Saraiva, 2006.

CATALDI, Alberto. null. Disponível em: <https://www.startse.com/artigos/como-o-empreendedorismo-pode-ser-aplicado-na-sua-carreira/> Acesso em: 9 de out. 2023.

COSTA, Maria; IANNI, Aurea. A dialética do conceito de exclusão/inclusão social, 2018. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/sysng/pdf/costa-9788568576953-04.pdf> Acesso em: 08 de out. 2023.

GODINHO, Isabel. Pobreza e Desigualdade Social no Brasil: Um Desafio para as Políticas Sociais, 2010. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area2/area2-artigo31.pdf>. Acesso em: 07 de out. 2023.

GOMES, Jaqueline. Plataformas Digitais como Modelos de Negócio: Uma Pesquisa Exploratória. Modelos de negócio, plataformas de negócios digitais, valor., [s. l.], v. 05, ed. 13, 8 abr. 2019.

GONÇALVES, Adriana; CARDOSO, Hugo; CARVALHO, Gustavo; CARVALHO, Hélio. Panorama view of Innovation in Brazilian Small Businesses. International Journal Of Innovation, v.5, n.3, p.325-334, 1 dez 2017

KANE, Gerald. et al. A Falácia da Tecnologia: Como as Pessoas são a Verdadeira Chave para a Transformação Digital. Cambridge: The MIT Press, 2019.

LIMA, Katharine. A Importância da Consultoria Empresarial na Sobrevivência dos Microempreendedores, Micro e Pequenas Empresas: Um Estudo de Múltiplos Casos. Recife, 2020.

LIMA, Maria José. O que são ferramentas digitais? (2016). Disponível em: <http://ferramentasdigitais2.blogspot.com/2016/07/o-que-sao-ferramentas-digitais.html>

MAYA, Paulo; OTERO, Walter. A Influência do Consumidor na Era da Internet. São Paulo. Revista da FAE, 2002. Disponível em: <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/448/343>. Acesso: 26 de out. 2023.

MEIRELLES, Renato; ATHAYDE, Celso. Um País Chamado Favela: A Maior Pesquisa já Feita sobre a Favela Brasileira. Google Livros, 2016. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=9_C5AwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&pg=PP1&hl=pt-BR&source=gb_mobile_entity&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false Acesso em: 02 de jun. 2023.

MORAIS, Felipe. Transformação Digital: Como a inovação digital pode ajudar seu negócio nos próximos anos. Google Livros, 2019. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=eXbADwAAQBAJ&lr=&hl=pt-BR&source=gbs_navlinks_s Acesso em: 2 de jun. 2023.

PALLONE, Simone. Ciência e Cultura: Diferenciando o Subúrbio da Periferia, 2005. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252005000200006&script=sci_arttext Acesso em: 07 de out. 2023.

REEDY, Joel; SCHULLO, Shauna; ZIMMERMANN, Kenneth. Marketing Eletrônico: A Integração de Recursos Eletrônicos ao Processo de Marketing. Porto Alegre: Bookman, 2001.

REYNA, Justo; GABARDO, Emerson; SANTOS, Fabio. Governo Eletrônico, Invisibilidade Digital e Direitos Fundamentais Sociais. Sequência Estudos Jurídicos e Políticos. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/75278>. Acesso em: 05 de out. 2023.

SACHS, Ignacy. Inclusão Social pelo Trabalho Decente: Oportunidades, Obstáculos, Políticas Públicas, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/GncF4cq8SQg8pyzKrfzGfvK/?lang=pt&format=pdf> Acesso em: 08 de out. 2023.

_____. Inclusão Social pelo Trabalho: Desenvolvimento Humano, Trabalho Decente e o Futuro dos Empreendedores de Pequeno Porte. Google Livros, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=4olfeGx1DRAC&lpg=PA109&dq=inclusão%20social%20pelo%20trabalho&lr&hl=pt-BR&pg=PA109#v=onepage&q=inclusão%20social%20pelo%20trabalho&f=false>. Acesso em: 02 de jun. 2023.

SALEME, Isabelle. OLIVEIRA, Bruno. Número de Novas Empresas Aumenta 25% Depois da Pandemia. CNN Brasil, São Paulo, 06, 10 e 2022. Disponível em: [https://www.cnnbrasil.com.br/economia/numero-de-novas-empresas-aumenta-25-depois-da-pandemia/#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20novas%20empresas,\(entre%202017%20e%202019\).](https://www.cnnbrasil.com.br/economia/numero-de-novas-empresas-aumenta-25-depois-da-pandemia/#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20novas%20empresas,(entre%202017%20e%202019).)

SALGADO, Andreia; CAMILOTTI, Luciane; LEZANA, Álvaro. A Importância das Habilidades e da Gestão do Conhecimento para o Ato de Empreender. São Paulo, 2012. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/64116371.pdf>. Acesso em: 26 de out. 2023.

SEBRAE. Pequenos negócios: a base da economia do nosso país. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pequenos-negocios-a-base-da-economia-do-nosso-pais,85e97325a3937810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 03 de out. 2023.

_____. Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-Microempresas-pequenas-e-mei>. Acesso em: 03 de out. 2023.

_____. O Poder das Plataformas Digitais para as Micro e Pequenas Empresas: Como ampliar o alcance da sua marca através da transformação digital. [S. l.], 7 out. 2022. 5.0. Disponível em: <https://www.sebraeatende.com.br/artigo/o-poder-das-plataformas-digitais-para-micro-e-pequenas-empresas>. Acesso em: 12 out. 2023.

_____. Quais são os Cinco Requisitos Mínimos que Todo Empreendedor precisa ter. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/quais-sao-os-cinco-requisitos-minimos-que-todo-empresendedor-precisa-ter/>. Acesso em: 26 de out. 2023

SENTANIN, Luis; BARBOZA, José. Conceitos de Empreendedorismo. Disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf. Acesso em: 9 out. 2023.

SILVA, Antônio. Os Três Pilares da Inclusão Digital, 2003. Disponível em www.comunicacao.pro.br/setepontos/2/trespilares.htm. Acesso em: 03 out. 2023.

SILVA, Mariana. Caminhos Alternativos: Empreendedorismo, Informalidade e Inclusão Social, 2008. Disponível em: <https://uenf.br/posgraduacao/politicas-sociais/wp-content/uploads/sites/11/2015/06/MARIANA-PASSOS-COSTA-SILVA.pdf> Acesso em: 20 de out. 2023.

SOUSA, Aline. LAUREANO, Ana Carolina. IBRAHIM, Glória. MOURA, Isabely. SILVA, Leticia. JESUS, Thiago. Invisibilidade Digital de Pequenos Empreendimentos no Extremo Leste de São Paulo, 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Administração) - Escola Técnica Estadual ETEC de Cidade Tiradentes (Cidade Tiradentes - São Paulo), São Paulo, 2022. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/10721>. Acesso em: 05 out. 2023

UFABC, Site. Empreendedorismo: Vantagens e Desvantagens. Site UFABC JR, 5 mar. 2021. Disponível em: <https://ufabcjr.com.br/o-que-e-o-empresendedorismo/>. Acesso em: 9 out. 2023.

VITURINO, Maria; FERREIRA, Adelino; MACEDO, Alessandro; SILVA, Gercielly; SILVA, Kayrla; SANTOS, Maria; SILVA, Francisco; FRADE, Cinthia; ANDRADE, Vinicius. Adequação dos Microempreendedores Brasileiros no Utilização de Novos Meios Tecnológicos e Sistemas de Informação Durante a Pandemia da COVID-19: Uma Revisão Sistemática. Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/34150>. Acesso em: 12 out. 2023.

WRIGTH, James; SILVA, Thiago; SPEERS, Renata. O Mercado de Trabalho no Futuro: Uma Discussão sobre Profissões Inovadoras, Empreendedorismo e Tendências para 2020, 2010. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/973/97316954009.pdf>. Acesso em: 21 de out. 2023.

XAVIER, A.C.S. Letramento Digital Impactos das Tecnologias na Aprendizagem. Caleidoscópio. UNISINOS:2011.