

COMO A CRISE POLÍTICA ESTÁ INFLUENCIANDO NOS MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS DE PELOTAS

RODOLFO CORRÊA PIZZI¹; ALBERTO WETZEL CARVALHO²; FELIPE PEREIRA ANDERSON²; JOSETTE SOARES PEREIRA²; THOMAZ MEIRELES PÂNCARO SILVA²; JULIANA FRONER DO OLIVEIRA³

¹*Universidade Federal de Pelotas – rodolfopizzi@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – betinho_95@hotmail.com; felipe@terrasulpelotas.com.br;
josette@terrasulpelotas.com.br; mpsthomaz@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – jufroner@yahoo.com.br*

1. INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas (MPEs) estão cada vez mais participativas na economia brasileira, aumentando gradativamente sua participação no mercado em geral, representando 99% das empresas do ramo comercial e 98% das prestadoras de serviços, gerando assim, uma larga contribuição no Produto Interno Bruto (PIB) do país.

Esta relevância não é vista apenas no Brasil, como por exemplo, nas duas maiores potências econômicas atuais - Estados Unidos e China, os micro e pequenos negócios também são detentores de grandes números. De acordo com o Census Bureau¹ americano (2010), existem cerca de 27,9 milhões pequenos negócios registrados, representando 99,7% das empresas em todo o país, e ainda representaram 64% dos empregos gerados no ano de 2010. Já na China, como relata WANG (et al., 2015), correspondem a quase metade do PIB chinês, gerando 27,5% das oportunidades de emprego dentre vilas e cidades.

A cidade de Pelotas sempre dispôs de um fomentado mercado no setor de comércio e serviços, atraindo consumidores de toda região sul do estado, contendo atualmente 30.991 MPEs ativas. Como consta no site da prefeitura de Pelotas, segundo pesquisa realizada pelo Cadastro Central de Empresas do IBGE² (2010), as atividades do setor terciário configuram 78,4% das pessoas empregadas no município, e totalizam mais de 56% da área comercial e prestação de serviços da região sul do estado.

Considerando esses dados, o cenário de instabilidade política e econômica instaurado no primeiro semestre deste ano levantou a hipótese de influenciar diretamente no desempenho dos micro e pequenos negócios brasileiros, e consequentemente, do município pelotense.

A crise tomou proporções tão grandes, que culminaram na aprovação do processo de impeachment contra a presidente afastada Dilma Rousseff, gerando inúmeros debates e conflitos nas redes sociais entre opositores e apoiadores do interino governo peemedebista, ocupando também um amplo espaço nas publicações das mídias em geral.

Diante do contexto apresentado, o presente estudo trata-se de um survey, tendo como objetivo averiguar diretamente com os proprietários e administradores

¹ Disponível na URL: <<https://www.sba.gov/content/small-business-gdp-update-2002-2010>>

² Disponível na URL: "http://www.pelotas.com.br/bancodedados/"

das MPEs pelotenses - por meio de questionários de forma quantitativa, se realmente o cenário desfavorável influenciou, e de qual maneira, essas organizações.

2. METODOLOGIA

O método de pesquisa *survey* foi adotado para este trabalho, caracterizado por TANUR (1982, apud PINSONNEAULT & KREAMER, 1993) como um estudo que busca coletar dados sobre um determinado grupo que simbolize uma população, além de explicar as ligações entre esse grupo e a sociedade, normalmente utilizando-se questionários com perguntas pré-formuladas, aplicados de modo quantitativo.

Realizou-se uma pesquisa descritiva de campo, aplicando-se questionários com os donos ou gerentes das micro e pequenas empresas - do ramo comercial ou de prestação de serviços, pela região central de Pelotas, onde existe maior concentração de MPEs e movimentação em horário comercial, tendo uma melhor visibilidade do impacto ocorrido na cidade como um todo.

Os questionários transcorreram pelo método quantitativo, possuindo 5 questões fechadas e uma aberta, dando a oportunidade de o empresário relatar se foram utilizadas estratégias e quais optou-se, para obtenção do melhor resultado possível. Até o momento, foram coletados o total de 24 questionários, sendo 13 destes no Mercado Público e 11 em MPEs localizadas em ruas de referência comercial, como por exemplo: Andrade Neves, Marechal Deodoro e General Osório.

Tabela 1. Questionário

1. Quanto tempo de funcionamento a empresa possui?
2. Houve um aumento fora do normal no preço cobrado por fornecedores?
3. Observou-se queda no faturamento em relação ao ano passado?
4. Acredita que os resultados obtidos são reflexo da atual fase política do país?
5. Alguma ação está sendo utilizada para reverter ou dar continuidade a esses resultados? Se sim, qual?
6. Caso o impeachment seja aprovado, acredita que com o novo governo os resultados podem melhorar em um curto período?

Busca-se aplicar mais questionários, dentre um total de 40 a 50 empresas, gerando mais credibilidade aos resultados obtidos pela pesquisa, já que a cidade porta um grande número de MPEs atuantes no setor terciário.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O primeiro fato da pesquisa a ser destacado, é o de que todos os negócios pesquisados no Mercado Central possuem menos de 3 anos desde sua fundação,

enquanto a maioria das empresas abordadas nas ruas de grande circulação de pessoas, dispõem de mais de 10 anos de idade.

Na segunda questão, em relação ao aumento nos preços cobrados por fornecedores, todos os participantes responderam que sim, os preços haviam sido demasiadamente superiores, com base em negociações anteriores.

Fatores que podem ter influenciado neste ponto, são justamente oriundos de um cenário político instável. Alta do dólar e aumento de tributações para recuperar o equilíbrio econômico são exemplos consequentes da crise.

A pergunta subsequente, onde apontava-se sobre a queda de faturamento do estabelecimento, notou-se um fato interessante. Como previsto pelos pesquisadores, a maioria dos gestores relataram uma baixa na receita, sendo 41% dos entrevistados. Em contrapartida, 29,2% identificaram um aumento desse número, apesar do turbulento período político brasileiro. O mais surpreendente dessas informações, é que das 7 empresas que apresentaram um aumento no faturamento, 6 delas operavam no Mercado Central.

Essa constatação pode-se relacionar com o fato de que as MPEs localizadas no Mercado Central possuírem menos tempo de existência, como já disposto no artigo, o que leva à falta de um maior panorama neste sentido em relação às empresas mais velhas.

Apesar dessas observações, os dados obtidos não deixam de ser importantes, devido ao alto índice de mortalidade das MPEs em seus primeiros anos de vida, conforme explicado por SANTINI (et al. 2015).

Quando perguntados se os resultados obtidos por seus negócios são reflexo da situação política, todos os entrevistados afirmam que o momento político do país influencia diretamente nos resultados das MPEs, independentemente se positivos ou negativos.

De forma aberta, a quinta questão abordava sobre a implantação de ações para reverter ou dar continuidade aos resultados obtidos pela MPE. Promoções e redução nos custos apresentaram-se como as medidas mais apontadas. Apenas um entrevistado disse não ter adotado qualquer atitude.

Um dos entrevistados - gestor de uma loja de material eletrônico, disse inclusive, que a crise política ajudou no crescimento dos seus números. Com as pessoas preocupadas em diminuir seus gastos, o uso de energia elétrica virou uma das alternativas para se economizar, aumentando a procura por lâmpadas do tipo LED - sendo essas mais econômicas que as fluorescentes - resultando em investimentos no estoque e promoções exclusivas deste produto por parte da empresa.

A última pergunta do questionário buscou conhecer as expectativas dos micro e pequenos empresários quanto ao novo governo, caso o processo de impeachment da presidente afastada seja verdadeiramente concluído. Os pequenos gestores acreditam em melhores resultados com a mudança no poder, considerando que 75% dos entrevistados concordaram com essa afirmação.

4. CONCLUSÕES

Os resultados encontrados pelo projeto demonstram que as MPEs em geral têm sofrido por conta da alta instabilidade política dos últimos meses. Contudo, essas dificuldades podem ser superadas, como é comprovado pelas empresas

entrevistadas do Mercado Público, e também pelo comércio de material eletrônico, que aumentou suas vendas em consequência da crise.

O gestor deve conhecer seu mercado, público alvo, concorrentes e funções administrativas, e não apenas esperar que os clientes venham até seu negócio e que o mercado continue estável e próspero. Sem um planejamento para situações menos favoráveis ao crescimento, o estabelecimento poderá ser acrescentado as 285 micro e pequenas empresas extintas em Pelotas somente neste ano³.

Observando a falta de dados referentes aos micro e pequenos negócios pelotenses, o estudo possibilita atuais e futuros gestores terem uma visão abrangente desse âmbito, as expectativas de outros administradores de MPEs sobre o futuro e de que é possível sim contrariar um quadro desfavorável, através de uma boa estratégia e ações planejadas.

A pesquisa também deixa como sugestão para estudos futuros a análise do posicionamento estratégico dos empreendimentos localizados no Mercado Central, e de como a localização está influenciando em seus crescimentos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CNC. **Empresômetro MPE**. CNC, 25 jul. 2016. Especiais. Acessado em 01 jul. 2016. Online. Disponível em: <http://empresometro.cnc.org.br/Estatísticas>
- IBGE, 2010; ITEPA, 2012. In: PELOTAS. **Banco de Dados: Economia: Especialização Funcional: Comércio e Serviços**. Prefeitura Municipal de Pelotas, Pelotas, 2015. Especiais. Acessado em 30 jun. 2016. Online. Disponível em: <http://www.pelotas.com.br/bancodedados/>
- PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. L. Survey Research Methodology in Management Information Systems: An Assessment. **Center for Research on Information Technology and Organizations**. California: Irvene, 1993.
- SANTINI, S. et al. Fatores de mortalidade em micro e pequenas empresas: um estudo na região central do Rio Grande do Sul. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, [S.I.], v. 8, n. 1, p. 145-169, abr. 2015. ISSN 1984-3372. Acessado em 02 jul. 2016. Online. Disponível em: <http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/2121/2046>
- SEBRAE. **Relatório Especial - Expectativas para 2016**. SEBRAE, dez. 2015. Especiais. Acessado em 25 jul. 2016. Online. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6cc75fc92e2333377b2a6f898cb41a34/\\$File/5983.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6cc75fc92e2333377b2a6f898cb41a34/$File/5983.pdf)
- Acessado em 03 abr. 2016.
- U.S. Census Bureau, SUSB, CPS; International Trade Administration; Bureau of Labor Statistics, BED. **Small Business GDP: Update 2002- 2010**. U.S. Small Business Administration, DC, Washington, jan. 2012. Especiais. Acessado em 02 jun. 2016. Online. Disponível em: <https://www.sba.gov/content/small-business-gdp-update-2002-2010>
- WANG, S.; ZOU, J.; ZENG, N. New Evidences of Chinese Micro and Small Enterprises Financing: Capital Structures and Human Capitals. **Business and Economic Research**, [S.I.], v. 6, n. 1, p. 1-12, dec. 2015. ISSN 2162-4860. Acessado em 02 jul. 2016. Online. Disponível em: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/ber/article/view/8491>

³ Disponível na URL: "<http://empresometro.cnc.org.br/Estatísticas>"