



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
ECT1553 - EMPREENDEDORISMO, NEGÓCIOS E GESTÃO DE  
PROJETOS INOVADORES - T01  
PROFESSOR: EFRAIN PANTALEON MATAMOROS**

**MERX COMPANY**

**PLATAFORMA DE ASSESSORIA, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO  
DIGITAL PARA SEU NEGÓCIO**

**DENNISON FERREIRA DE SOUZA - 20190074610  
DIEGO RODRIGO RABELO DOS SANTOS - 20210017662  
JOÃO EDUARDO OLIVEIRA DAMÁSIO - 20210014034  
LUIS FELIPE PEREIRA ALVES - 20180154593  
LUIZ FELIPE DA COSTA SANTOS - 20180032330  
VICTOR LUCAS SOUZA DIAS - 20170046770**

**NATAL/RN**

**2022**

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo idealizar, analisar e estimar a viabilidade do desenvolvimento de uma plataforma de assessoria, gestão e transformação digital para micro e pequenas empresas a partir de dados reais, identificando as problemáticas do público alvo, o tamanho do mercado de atuação e construindo soluções eficientes utilizando as seguintes ferramentas: Google Trends, Painel mapa de empresas, Canvas Model C, Facebook Business Manager e técnicas de ideação e prototipação de projetos.

## **SUMÁRIO**

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>6</b>
<b>3. METODOLOGIA</b>	<b>7</b>
<b>4. DISCUSSÃO E RESULTADOS</b>	<b>8</b>
<b>4.1 - IDEALIZAÇÃO</b>	<b>8</b>
<b>4.2 - PROPOSTA DE VALOR</b>	<b>10</b>
<b>4.3 - PESQUISA DE TENDÊNCIA</b>	<b>10</b>
<b>4.4 - MAPEAMENTO DE MERCADO</b>	<b>12</b>
<b>4.5 - INTERAÇÕES EM REDES SOCIAIS</b>	<b>13</b>
<b>4.6 - CANVAS: MODELO C</b>	<b>14</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>17</b>
<b>6. REFERÊNCIAS</b>	<b>19</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Em 2021, o Brasil registrou números jamais vistos na história com mais de 3,9 milhões de abertura de novos empreendimentos, correspondendo a um aumento de 19,8 % em relação a 2020, segundo o Sebrae em um levantamento realizado com base em dados da Receita Federal.

Todavia, esses dados, que a priori deveriam ser interpretados positivamente, possuem uma grande problemática envolvida: a gigantesca taxa de insucesso destes novos empreendimentos.

De acordo com IBGE, uma a cada cinco empresas fecham em menos de um ano de operações, e após 5 anos, essa taxa de falência chega a alarmantes 60%. E os principais motivos que levam as empresas a encerrarem suas operações, segundo o Sebrae, são: falta de planejamento prévio; gestão empresarial deficiente; carência de comportamento empreendedor.

Dados do SEBRAE, do ano de 2021, mostram que no Rio Grande do Norte 40% dos novos empreendedores não tinham conhecimento ou experiência sobre o ramo do negócio em que estava abrindo e 52% desses micros empresários estavam desempregados.

Dentre os principais motivos de falência, pode-se destacar:

- a. Deixar de analisar as tendências de mercado - Analisar as tendências atuais e o que os concorrentes estão fazendo deve ser um processo contínuo para todas as empresas, garantindo assim que a sua solução/ produto continue resolvendo uma necessidade de mercado da forma mais eficiente;
- b. Não ter conhecimento do mercado de atuação - mais que análise geral, é preciso ter conhecimento profundo do segmento de atuação. Sendo fundamental conhecer a localização, público, concorrência e outros.

Estando diretamente ligado ao motivo anterior, esse é fundamental para o desenvolvimento de um planejamento estratégia eficiente;

- c. Negligência ao planejamento estratégico - É preciso entender as forças e fraquezas da sua empresa, além de definir objetivos, metas, missão, visão e valores;
- d. Deixar de acompanhar as finanças - Muitas empresas demoram a perceber a importância de realizar uma gestão financeira eficiente dos seus negócios para que eles consigam seguir em frente. Outro erro é não elaborar um fluxo de caixa e desconhecer seus números reais de lucratividade, rentabilidade e liquidez. Dessa forma, o empresário torna-se incapaz de tomar decisões embasadas e estratégicas para o negócio. Ir à falência torna-se um processo natural para as empresas que deixam de dar a atenção adequada às suas finanças;
- e. Não fazer precificação adequada do produto: custo de produção, hora trabalhada, percepção dos clientes em relação aos valores e a prática da concorrência devem entrar em seus cálculos para determinar a sua precificação. sendo uma variável fundamental para o sucesso ou fracasso de um empreendimento;
- f. Não investir na inovação - investimento em inovação é necessário em todos os negócios, mas nos micros e pequenos é crucial para a sobrevivência no mercado. É preciso que o empreendedor entenda que a tecnologia é capaz de promover redução de custos e resolução de problemas de forma mais eficiente, escalável e sustentável para a sua empresa.

E o grande motivo dessas ineficiências que desencadeiam a falência da empresa é o caráter multitarefas do empreendedor, ao qual necessita ou opta por centralizar em sua figura todos os cargos estratégicos, e em alguns casos, exercendo também funções operacionais, por conseguinte, e atrelado a falta de experiência, o empreendedor acaba não performando como deveria, comprometendo a empresa.

E esta falta de experiência empreendedora pode ser verificada no relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2020, realizado pelo Sebrae e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), ao qual, fizeram uma estimativa de que 50 milhões de brasileiros que ainda não empreendiam, por tanto sem experiência, tinham planos de abrir um negócio nos próximos três anos, dessa forma vulneráveis a cometer os mesmos erros que estatisticamente causaria o fechamento de suas empresas. Causas essas, que poderiam facilmente serem contornadas ou evitadas.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Utilizamos a princípio, algumas ferramentas metodológicas para aprimorar o desenvolvimento do nosso projeto, o primeiro com base no Canvas (Business Model Canvas) que é uma metodologia de guia para criação de modelos inovadores de negócios através da coleta de dados e elaboração de etapas ao longo do plano de negócios, o qual lançamos nossas metas estipuladas a curto, médio e longo prazo.

E com base nessa perspectiva utilizamos como complemento ao Canvas, o Modelo C que aborda uma reflexão sobre o aspecto socioambiental, contextualizando o problema, causas, público alvo e sobre a oferta de solução nessa abordagem. Modelo esse, que foi essencial para melhor transmitir e organizar com base na perspectiva da empresa, visualmente uma forma de planejamento.

O uso das redes sociais, que são estruturas composta por um conjunto de pessoas ou organização conectados dentro ou fora da internet que tem objetivos, metas e podem possuir valores em comum. Ferramenta, essa, que usamos de modo a alavancar a divulgação e marketing da empresa, incluindo principalmente via internet pelas mídias digitais, trazendo uma abordagem de comunicação mais ativa, um vínculo com antigos e novos clientes e parcerias.

A criação do site nasce nesse contexto contendo a proposta, metas e serviços oferecidos. Gerando assim, uma base de dados como gráficos, planilhas e percentuais de acesso, buscas e serviços mais procurados. Inclusive elaborado

através da metodologia Scrum, com base em framework, que trata-se de um conjunto ações e estratégias para agilizar o processo, simplificar e criar divisões de tarefas mais otimizadas.

A abordagem de mensagem e visão da empresa foi passada também com base em abordagem de gerenciamento dinâmico de projeto através de um conceito chamado Storytelling que aborda uma narração de história(s) de forma a transmitir uma melhor metodologia da nossa proposta seja pelo modelo pitch ou reunião de negócios.

Todos esses aspectos foram essenciais para planejamento e construção de todos os passos, desde a ideia em si, da apresentação do Pitch da empresa, contextualização da inclusão até a etapa de execução do projeto. Da problemática em relação à agenda ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) 2030 e por fim, explanação das metas de manutenção de continuidade e processos futuros.

### **3. METODOLOGIA**

Primeiramente realizamos um diagnóstico da empresa, para podermos identificar claramente quais são os reais problemas e como poderemos solucioná-los. Durante o diagnóstico, montamos um Plano de Ação para ser colocado em prática, com base no Canvas.

Através de um bom diagnóstico empresarial, podemos identificar rapidamente eventuais problemas que nem sempre o empresário está a par. O diagnóstico empresarial é abrangente, envolvendo todas as áreas da empresa, com uma ação estratégica e multidisciplinar, o que permite termos uma visão ampla e a possibilidade de se estabelecer um modelo inovador de negócio.

## **4. DISCUSSÃO E RESULTADOS**

### **4.1 IDEALIZAÇÃO**

Antes mesmo da crise econômica causada pela pandemia, mais de 60% das empresas fundadas no país fechavam as portas em até 5 anos de atividade. Isso acontece porque, normalmente, as pessoas abrem seus negócios, mas não dominam as noções básicas de gestão de empresas e acabam enfrentando problemas para crescer e conquistar o sucesso.

É justamente esse o contexto de atuação da Merx Company, sendo uma plataforma que atende as demandas das organizações de maneira efetiva, colaborando para que elas possam crescer e se desenvolver em curto espaço de tempo.

Portanto, a MERX é uma plataforma de assessoria, gestão e transformação digital que auxilia os empreendedores a superarem esses desafios, identificando as demandas do negócio, mapeando a situação atual e procurando soluções inteligentes para melhorar o desempenho e a eficiência da organização.

Através da digitalização dos processos e da transformação digital, core business da MERX COMPANY, é possível, quando necessário, reinventar modelos de negócio, encontrar o nicho de mercado mais adequado e otimizar as operações de uma empresa de modo a aumentar a sua produtividade e eficiência. Isso é fundamental principalmente em tempos de economia frágil e concorrência cada vez mais acirrada.

De maneira resumida, a MERX COMPANY atua nas organizações parceiras propondo soluções embasadas em novas tecnologias e digitalização, que são as chaves para a sobrevivência de praticamente todos os setores, trazendo para os clientes, uma organização empresarial bem desenvolvida, através de processos definidos, softwares e ferramentas que possibilitem uma gestão eficiente, assim como



uma equipe especializada em tomada de decisão e inovação, dando todo o suporte estratégico na tomada de decisão, ofertando serviços de marketing, design e contabilidade especializada dentro do conceito digital de gestão realizado pela equipe da MERX.

Como remuneração aos serviços prestados, a MERX COMPANY recebe participação no quadro societário das empresas clientes. Isso é uma forma de se evitar o desembolso imediato das empresas que já se encontram em dificuldades financeiras, preservando seus fluxos de caixa. Além disso, os resultados serão impulsionados a partir da atuação da MERX, assim, essa "permuta" também é uma forma de impulsionar os resultados de ambas as empresas.

A empresa cliente terá preferência na recompra do capital social cedido à MERX. Mas esta decidirá pela venda ou pela manutenção das ações em sua carteira (já que os dividendos podem ser mais interessantes que a venda das participações).

Em alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável definidos a partir da Agenda 2030 da ONU, as empresas colocam a sustentabilidade à frente de seus negócios e a tecnologia terá um papel fundamental em tudo isso.

Nesse sentido, as atividades da MERX se relacionam diretamente com o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) à medida que busca potencializar as atividades produtivas e propiciar o crescimento sustentável das micro e pequenas empresas, gerando cada vez mais oportunidades de empregos dignos e, portanto, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico dos locais onde as empresas parceiras estão instaladas.

## **4.2 PROPOSTA DE VALOR**

MERX COMPANY: o seu sócio empreendedor! Diferentemente dos demais concorrentes, a MERX visa um desenvolvimento empresarial a longo prazo, com o Norte para a constante evolução e desenvolvimento empresarial através

principalmente dos meios digitais. Ajudando não só na organização das startups, mas também prestando assessoria de forma permanente a fim de garantir o pleno desenvolvimento em todas as áreas a longo prazo.

Nossa visão é o crescimento em conjunto se destacando das demais empresas do ramo por participar da carteira do cliente e gerenciar a margem de lucro através de projetos, garantindo assim uma robustez, solidez e resultados positivos.

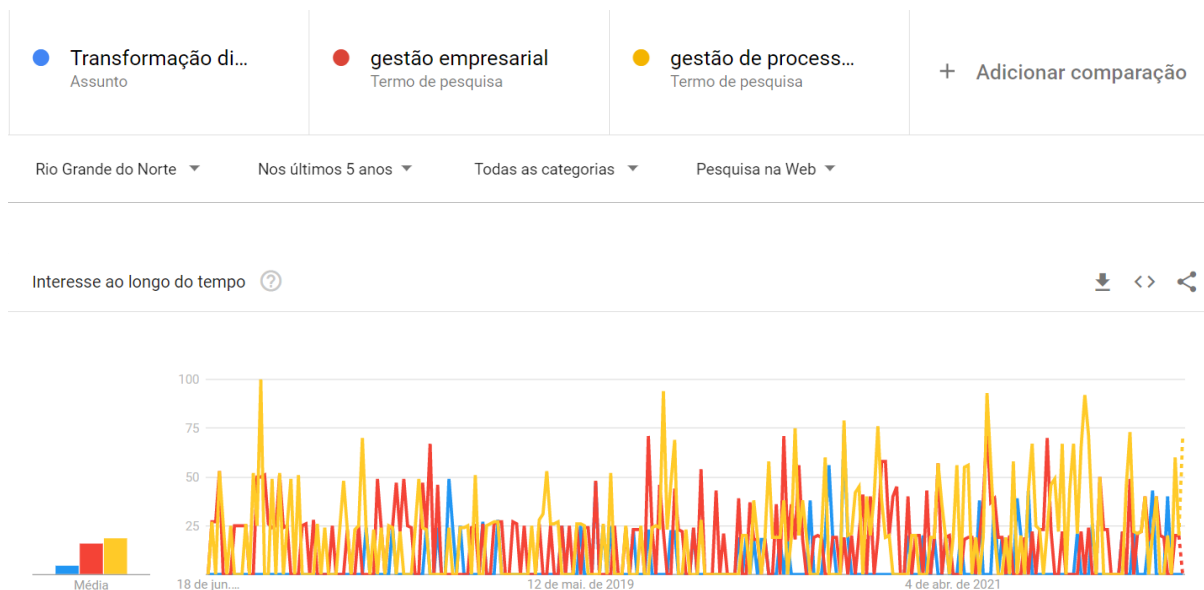
Nosso principal diferencial se dá pelo fato da possibilidade de que futuramente nossos participantes poderão comprar de novo essas porcentagens adquiridas pela MERX, continuando apenas com nossa assessoria e tendo total controle sobre as porcentagens de sua startup. Alavancando a lucratividade do desenvolvedor depois de já ter uma empresa consolidada.

#### **4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIA**

Para realizar a pesquisa de tendência, foi utilizado o Google Trends que é uma ferramenta gratuita que permite acompanhar a evolução do número de buscas por uma determinada palavra-chave ao longo do tempo.

Como critérios de busca, foram informadas as três atividades chave da MERX COMPANY: Transformação digital, Gestão Empresarial e Gestão de Processos. São justamente as atividades que possibilitam a digitalização do negócio. Além disso, a área de busca escolhida foi o Rio Grande do Norte nos últimos cinco anos. O resultado é apresentado abaixo no gráfico 1:

Gráfico 1 - Pesquisa de tendência realizada a partir dos termos chave da MERX COMPANY



Fonte: Autores (2022).

Analisando-se o gráfico acima, percebe-se que os termos estão em alta nos últimos anos, sobretudo os relacionados à gestão (empresarial e de processos), reforçando que o negócio proposto pela MERX COMPANY está alinhado à necessidade dos potiguares.

É notório também um aumento das buscas desses termos nos últimos anos. Possivelmente, esse comportamento está relacionado à pandemia que provocou uma necessidade de otimização dos negócios a partir da melhora da gestão e intensificação da digitalização dos negócios e processos das organizações.

Assim, os serviços prestados pela MERX se ligam tanto à necessidade, quanto ao contexto atravessado pelas micro e pequenas empresas potiguares.

#### 4.4 MAPEAMENTO DE MERCADO

Para compreensão da estrutura de mercado ao qual a MERX COMPANY está inserida, foi utilizado a ferramenta “Painel Mapa de Empresas”, disponibilizado pelo Ministério da Economia, para metrificar o cenário empresarial do Rio Grande do Norte.

Com o objetivo de mensurar as empresas com perfil prospectivo, portanto, potenciais clientes, utilizou-se como filtro as empresas abertas em solo regional nos últimos 5 anos, confrontando-os com os dados do mercado total. O resultado é apresentado abaixo na tabela 1.

Tabela 1 - Empresas sediadas no Rio Grande do Norte.

	<b>Empresas Abertas</b>	<b>Microempresas Abertas</b>	<b>Empresas de Peq. porte abertas</b>	<b>Outras Abertas</b>
<b>Abertas nos últimos 5 anos</b>	<b>9.386</b>	<b>8.936</b>	<b>265</b>	<b>185</b>
<b>Total em atividade</b>	<b>231.989</b>	<b>208.302</b>	<b>10.426</b>	<b>13.261</b>

**Fonte: Ministério de Economia 2022**

Através da análise dos dados obtidos, é possível ver que o mercado ao qual a MERX COMPANY está inserida é bem amplo.

No entanto, ainda estamos em um cenário não muito animador. Os indicadores de percepção com a situação econômica e financeira atual mantém tendência de queda

ao mesmo tempo em que mais consumidores e empresas usufruem reservas, quando possível, para quitação de despesas correntes.

Por isso, a MERX COMPANY atua nas organizações parceiras propondo soluções embasadas em novas tecnologias e digitalização tornando-se essencial para uma empresa que almeje o sucesso.

#### **4.5 INTERAÇÃO EM REDES SOCIAIS**

As redes sociais são o portal de contato mais direto com nosso público. Essa ferramenta ajuda a expor nosso produto de forma extremamente rápida e eficaz, sendo o melhor meio para o marketing da MERX COMPANY.

Como o foco da MERX é a digitalização de micro e pequenas empresas, a empresa foca bastante no meio digital, para mostrar aos sócios/clientes uma forma eficiente de apresentar suas ideias, e assim, já se começa a introduzir ferramentas de empreendedorismo.

O retorno do público tem sido bastante satisfatório e isso evidencia-se com as interações no perfil da organização no Instagram. Curtidas, comentários e até conversas no chat são recorrentes.

Nessa rede social, a média de curtidas por postagem é de 8. A foto mais curtida teve 12. A foto com maior alcance atingiu 131 contas. No chat, houve um total de 16 interações público-empresa.

Percebemos, pelos comentários e interações no chat, que o perfil dos seguidores é basicamente de estudantes. Isso nos fez refletir que precisamos mapear novas ações para conseguir atingir nosso público-alvo que são os micro e pequenos empreendedores.

O público se mostrou interessado em conhecer mais do core business da MERX. Alguns amigos dos idealizadores da empresa têm procurado-os interessados em realizar parceria para abrir e/ou desenvolver seus pequenos comércios.

Esse feedback tem sido essencial para conduzir a MERX COMPANY a patamares cada vez maiores.

#### **4.6 CANVAS BUSINESS e MODELO C**

O CANVAS é uma abordagem que alia Modelo de Negócio e Teoria de Mudança, trabalhados em concomitância, formando um modelo completo, compreensível, colaborativo, constante e de conteúdo vivo.

O Modelo respeita, valoriza e se nutre das duas abordagens, porém, com o grande diferencial de integrá-las. Assim, unificando aquilo que é indissociável. Que este modelo, portanto, contribui para amadurecer negócios de impacto mais sustentáveis e efetivos em sua capacidade de transformação da sociedade.

Por isso, foi elaborado o CANVAS BUSINESS E MODELO C da MERX COMPANY e o resultado é apresentado na figura 1 e 2.

**Figura 1-** Canvas Business da MERX COMPANY

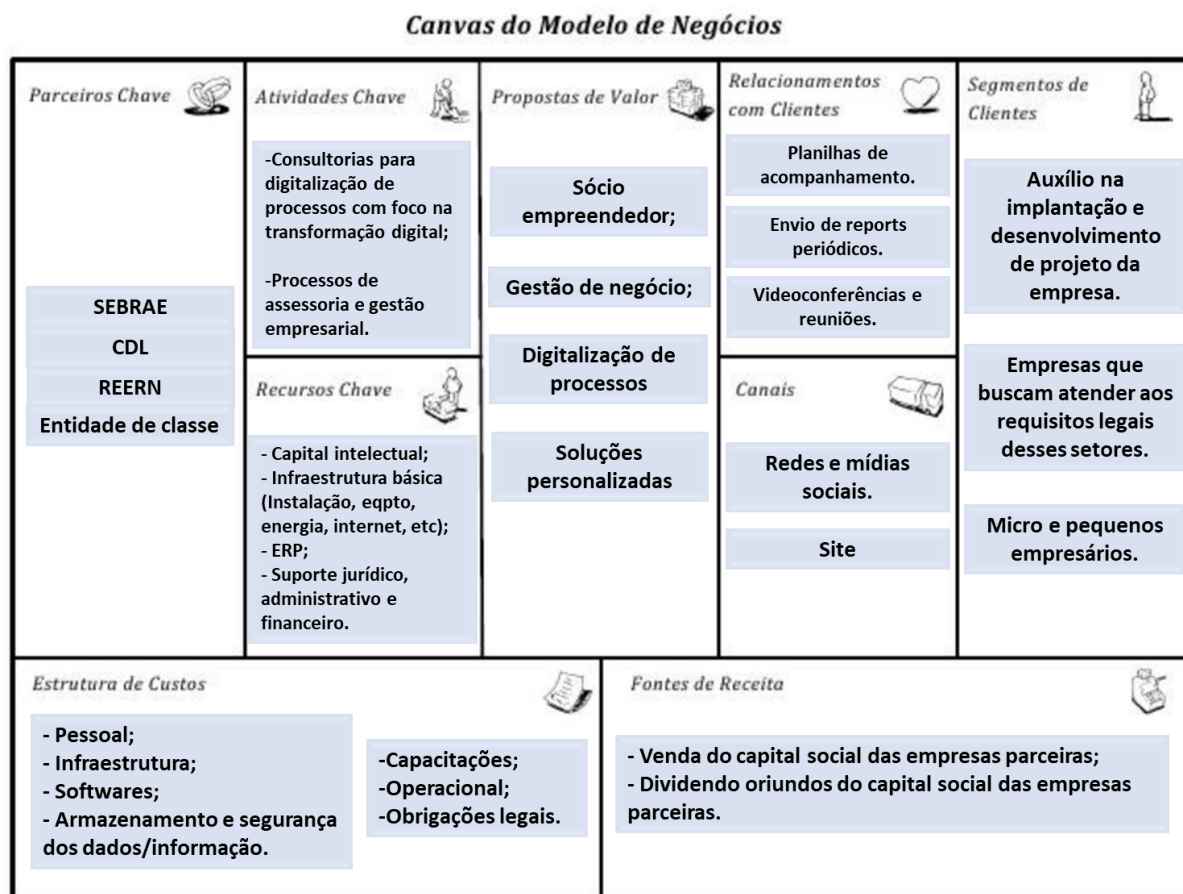
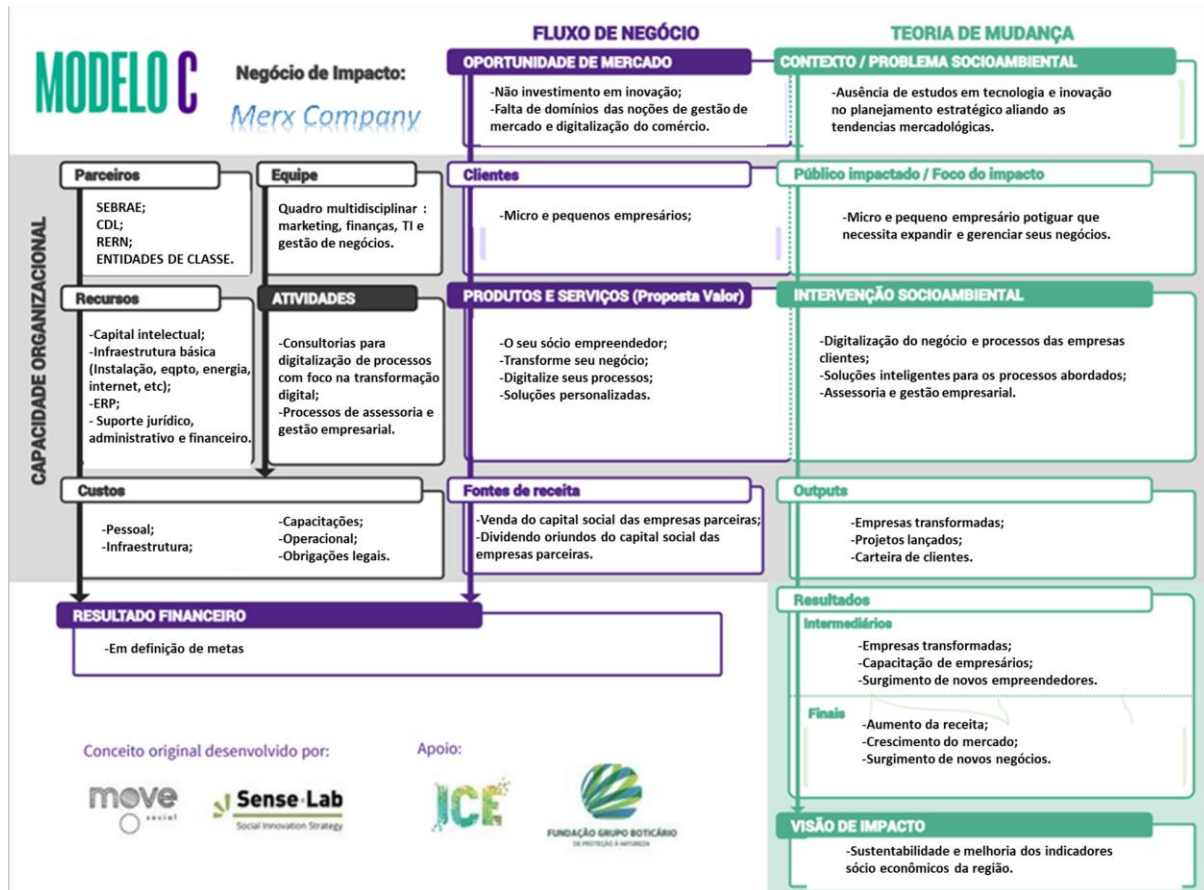


Figura 2- Canvas modelo C da MERX COMPANY



Fonte: Autores (2022).



## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A maior parte dos microempresários brasileiros abriu o negócio por necessidade. Muitos perderam o emprego ou não encontraram ofertas de trabalho na sua área de formação, por exemplo.

Então a possibilidade de abrir o próprio negócio surge, mas o primeiro obstáculo que acaba aparecendo é a falta de apoio financeiro do governo ou a burocracia para conseguir crédito com bancos e instituições financeiras. Esse fator muitas vezes desanima os empreendedores que desistem no primeiro ano do negócio. Com exceção de pessoas que possuem capital próprio para investir na abertura da empresa.

Pela forma que são concebidas, muitas micro e pequenas empresas não possuem planejamento que é o guia para o sucesso de qualquer negócio e consiste no estabelecimento de metas, ações e na mobilização de recursos financeiros ou materiais para atingir determinado objetivo maior, que pode definir o sucesso de um empreendimento ou organização.

Além disso, muitos possuem pouca ou nenhuma experiência em gestão orçamentária, não tendo, portanto, o planejamento financeiro que serve para antecipar quanto serão os custos e despesas essenciais para a operação da empresa.

Outra dificuldade é a falta conhecimento em gestão de pessoas, dificultando a contratação e a lida diária com a equipe. Essa tarefa não é fácil e pode ser muito estressante, o que desanima muitos deles ou cria situações de conflito entre patrões e funcionários.

Muitas empresas enxergam o marketing como uma despesa, mas, quando bem planejado e aplicado com eficiência, ele é um investimento que garante vendas e novos clientes e muitos micro e pequenos empresários negligenciam isso.

Outro ponto de destaque é o fato de que muitos empresários são resistentes a implementar tecnologias e digitalizar os processos das empresas. Isso dificulta a execução de atividades que seriam simples e mais estratégicas se não fossem feitas de maneira manual e operacional.

É nesse contexto que a MERX COMPANY atua: oferecendo suporte de planejamento, gestão (de processos, negócios, pessoas, orçamentária), contabilidade, assessoria jurídica e de tecnologia para que as micro e pequenas empresas superem todas as dificuldades que enfrentam.

A MERX acredita nessas MPes que correspondem a 27% do PIB do Brasil e, por isso, merecem destaque e atenção. Ao fazer isso, a sua atuação estará alinhada com o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) à medida que busca potencializar as atividades produtivas e propiciar o crescimento sustentável das micro e pequenas empresas, gerando cada vez mais oportunidades de empregos dignos e, portanto, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico dos locais onde as empresas parceiras estão instaladas.

## REFERÊNCIAS

- LAMEIRAS, Hélio. FATORES MOTIVADORES, PRINCIPAIS BARREIRAS E LIMITAÇÕES NA ADOÇÃO DO E-COMMERCE.
- DE OLIVEIRA DRESCH, Leonardo; FIGUEIREDO, Adriano Marcos Rodrigues; FAGUNDES, Mayra Batista Bitencourt. A digitalização do campo e a democratização da ciência de dados: perspectivas para aplicação por produtores agropecuários. COLÓQUIO-Revista do Desenvolvimento Regional, v. 19, n. Edição Especial 1 (SOBER), março,, p. 310-328, 2022.
- CUNHA, Beatriz Moschetta; LETTIERI, Carolina Kato; CADENA, Giulia Wiltenburg. O impacto do Covid-19 na experiência do cliente de e-commerce de varejo: um estudo no setor de supermercado. 2022.
- Sergio Sparviero (2019) The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas, Journal of Social Entrepreneurship, 10:2, 232-251, DOI: [10.1080/19420676.2018.1541011](https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011).
- Afuah, A., and C. L. Tucci. 2001. Internet Business Models and Strategies. New York: McGraw-Hill.
- SUTHERLAND, J. Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. São Paulo; Leya, 2014. Acesso em: 7 mar 2019.
- BRITO, Julio Miguel Souza de; SARAIVA, Piedley Macedo. Storytelling: Uma Análise de Aplicabilidade no Planejamento Estratégico de Marketing, em uma Empresa da área de Saúde em Crato – CE. Id on Line Rev. Psic., Fevereiro/2022, vol.16, n.59, p. 234-249, ISSN: 1981-1179.