

EMPREENDEDORISMO E STARTUPS

INOVAÇÃO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ABC PAULISTA: UM ROADMAP COM A PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO

Resumo

Em um mercado de ampla concorrência, a inovação de processos conforme a evolução tecnológica se mostra crucial na obtenção de vantagem competitiva. A inteligência de mercado é essencial quando se trata de estudar o mercado e seus concorrentes diretos, utilizando-se de ferramentas valiosas para obtenção de conhecimento e construção de insights com o objetivo de garantir uma posição do mundo dos negócios. O objetivo desse trabalho é analisar o contexto da inteligência de mercado e propor um *roadmap* para implementação em micro e pequenas empresas na região do ABC Paulista. A metodologia combinou abordagens qualitativas e quantitativas para investigar as necessidades das MPE e como a inteligência de mercado poderia contribuir na sobrevivência dessas empresas. A revisão bibliográfica juntamente com a aplicação de entrevistas e questionários, analisou a situação de MPE da região.

Palavras-chave: Inteligência de Mercado. Micro e Pequena Empresa. *Roadmap*.

Abstract

In a highly competitive market, process innovation in line with technological developments is crucial to gaining competitive advantage. Market intelligence is essential when it comes to studying the market and its direct competitors, using valuable tools to obtain knowledge and build insights with the aim of securing a position in the business world. The objective of this work is to analyze the context of market intelligence and propose a roadmap for implementation in micro and small businesses in the ABC Paulista region. The methodology combined qualitative and quantitative approaches to investigate the needs of MSEs and how market intelligence could contribute to the survival of these companies. The literature review, together with the application of interviews and questionnaires, analyzed the situation of MSEs in the region.

Keywords: Market Intelligence. Micro and Small Business. *Roadmap*.

1 Introdução

As micros e pequenas empresas (MPEs) possuem um papel significativo para a economia do Brasil, gerando empregos, inovações e impulso econômico para o país. Com mais de 21 milhões de empresas ativas em todo o país em 2024, as MPEs representam uma parcela significativa desse número, sendo 1.233.167 empresas de pequeno porte e 18.894.199 microempresas. Entre essas, São Paulo se destaca, abrigando 409.826 empresas de pequeno porte e 5.334.936 microempresas, o que equivale a quase 30% do total nacional. Entretanto, é válido ressaltar que o impacto das MPEs não se limita apenas às grandes e comerciais cidades do estado. (GOV, 2024)

No ABC Paulista, uma região formada por sete municípios que ficam no sudeste da Grande São Paulo - Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra - há 23.327 empresas de pequeno porte e 296.565 microempresas, totalizando 319.892 micros e pequenas empresas ativas. Dessas, aproximadamente 79.000 estão envolvidas na atividade econômica de comércio, em grande parte de artigos de vestuário e acessórios, peças automotivas e vendas de bebidas. Essas empresas exercem importante papel na geração de empregos, impulsionando o desenvolvimento econômico e fomentando o mercado local. (SANTOS et al., 2011; SEBRAE, 2023; GOV, 2024)

Os números divulgados pelo Indicador de Falências e Recuperações Judiciais da Serasa Experian para os primeiros seis meses de 2024 revelam um cenário preocupante para as micro e pequenas empresas no Brasil. Com 713 pedidos de recuperação judicial, esse porte empresarial lidera significativamente em relação às médias (207) e grandes empresas (94). Além disso, neste mesmo período, as micro e pequenas empresas foram responsáveis pela maioria dos pedidos de falência, totalizando 267 casos. No contexto do ABC Paulista, cerca de 5.698 empresas abriram no ano de 2024, ao passo que 3.310 encerraram suas atividades o que equivale a quase 60% de taxa de mortalidade. Uma elevada taxa de mortalidade indica a presença de desafios relacionados a gestão empresarial, assim como à forma inadequada de conduzir as ferramentas de gestão das organizações (VANNUCCI, et al., 2023; SERASA EXPERIAN, 2024; GOV, 2024).

As MPEs da região também enfrentaram uma variação negativa significativa no número de pessoas ocupadas, com uma redução de 4,9% ao longo dos últimos 12 meses. O faturamento das MPEs caiu 6% no mesmo período, com o setor de serviços sendo o mais afetado, registrando um decréscimo de 13,6%. Este cenário de decréscimo de 6% no faturamento contrasta fortemente com o crescimento de 1,9% registrado na capital do estado no mesmo período, evidenciando uma retração econômica no ABC Paulista. (FUNDAÇÃO SEADE, 2023)

Assim, emerge a importância da inteligência de mercado (IM), que auxilia o empreendedor gerir melhor seu negócio, descobrindo as tendências e oportunidades do mercado do qual está inserido a fim de melhorar seus produtos ou serviços, de acordo com as necessidades dos consumidores (SEBRAE, 2023). Diante desse cenário, o presente estudo busca responder à seguinte pergunta orientadora: como a implementação da inteligência de mercado pode contribuir para a sobrevivência das micro e pequenas empresas na região do ABC Paulista?

A relevância deste estudo reside na sua tentativa de entender como essa ferramenta pode ser efetivamente utilizada pelas micro e pequenas empresas na região do ABC Paulista, considerando os desafios estruturais e mercadológicos que essas empresas enfrentam. Faz-se necessário que as empresas permanentemente

se sofisticarem em relação a estratégias e análises de concorrências e mercado, tornando a atividade de IM um suporte fundamental para o todos os colaboradores envolvidos no processo decisório (FONTES, 2019). A IM oferece às micro e pequenas empresas a oportunidade de identificar a atividade do mercado, desenvolver novas propostas de valor e impulsionar a inovação (CARSON, et al., 2020)

Este estudo tem o potencial de impactar positivamente a taxa de sobrevivência e o crescimento dessas empresas, fornecendo-lhes uma possibilidade para fundamentar as decisões em dados e informações e, portanto, otimizar a gestão empresarial. Além disso, pode fornecer inspiração para que tais organizações desenvolvam suas capacidades dinâmicas, essenciais para conquistar uma vantagem competitiva. Teece, Pisano e Shuen (1997) definem o termo "dinâmico" como a capacidade de renovar competências para se alinhar com um ambiente em constante mudança.

Neste contexto, o objetivo geral dessa pesquisa é analisar o contexto da IM, bem como sua implementação em MPEs no ABC Paulista. Como objetivos específicos, o presente trabalho busca: a) mapear como as empresas aplicam a inteligência de mercado nos seus processos, b) identificar as principais barreiras enfrentadas pelas micro e pequenas empresas do ABC Paulista na implementação de estratégias de inteligência de mercado e c) Propor um *roadmap* para implementação da inteligência de mercado em MPEs.

2 Referencial teórico

2.1 Business Intelligence

O *Business Intelligence* (BI) consiste em uma ferramenta de apoio à decisão através da concessão de informações combinando base de dados, ferramentas analíticas e tecnológicas, possibilitando acesso interativo e manipulação de dados, oferecendo aos líderes da organização maior assertividade e demonstrações visuais de análises (SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019, p. 15).

O BI também pode ser definido como um conjunto de processos, metodologias e ferramentas que visam coletar, analisar e demonstrar visualmente dados brutos originados de diversas fontes para transformá-los em informações valiosas, assim as tomadas de decisões estratégicas e operacionais são realizadas baseadas em análises confiáveis e assertivas. Em um viés gerencial, o BI gera conhecimento para empresa através da análise de dados, podendo auxiliar na compreensão de mercado e clientes, além de otimizar os processos e operações da organização, reduzindo custos e tempo (SALIMON, MACEDO, 2017 apud TORRES et al., 2021; AYALA et al., 2018; BONTEMPO et al., 2024).

O BI revelou-se uma ferramenta crucial em qualquer tipo de empresa no qual é implementado, uma vez que as informações sobre o desempenho da empresa, seus processos e do mercado em geral tornaram-se recursos importantes e valiosos para o desenvolvimento e crescimento dessas organizações (VELOSA et al., 2021; BONTEMPO et al., 2024).

2.2. Evolução

No mundo em constante evolução tecnológica, o BI passou por transformações desde a citação formal do termo “*Business Intelligence*” na década de 50 por Peter Luhn em um artigo intitulado “*A Business Intelligence System*” (1958), onde o pesquisador desenvolveu ferramentas para compreender informações armazenadas. No entanto, foi apenas entre o final da década de 80 e meados da década de 90 que o *Business Intelligence* foi popularmente definido por Howard Dresner como um termo “guarda-chuva” para métodos e processos de coleta, análise, compartilhamento e monitoração de grandes dados armazenados pela organização com o objetivo de gerenciar as informações para auxiliar na tomada de decisão e oferecer uma visão holística da empresa (SANTOS, PAULA, 2023).

Ainda na década de 80, o *Data Warehouse* surgiu como um repositório de dados antigos e atuais integrados de fontes diversas com a finalidade de desenvolver análises complexas de departamentos diferentes. Na década de 90, com as empresas descobrindo a importância da tecnologia para o futuro de seus negócios, foram desenvolvidas ferramentas como o OLAP (*Online Analytical Processing*) e *Data Mining* para transformar relatórios estáticos e dimensionais em demonstrações dinâmicas e multidimensionais. Nesse período, as ferramentas de BI eram utilizadas apenas pelo departamento de Tecnologia da Informação (TI) devido à dificuldade de utilização dos seus primeiros modelos (VELOSA et al., 2021).

A centralização das ferramentas de BI no departamento de TI limitava o acesso e utilização das ferramentas de análise por diferentes áreas da empresa, tornando-se um obstáculo devido a impossibilidade de explorar informações e gerar conhecimentos valiosos para a organização. Nesse contexto, no início do século XXI, ferramentas de *Self Service BI* foram desenvolvidas com o objetivo de facilitar o acesso à dados integrados por todos os níveis da empresa. Essas ferramentas possuem uma interface simples e intuitiva, permitindo análises independentes e geração de *insights* relevantes e solução de problemas (IMHOFF, WHITE, 2011; SIMÃO et. al., 2023).

O BI é constantemente impulsionado quando integrado com tecnologias emergentes que acrescentam magnitude de soluções e aplicações. Desde a década de 2010, com a crescente geração de dados devido à internet, a dinâmica do BI na nuvem e *Big Data* proporcionou uma grande capacidade de armazenamento e alta velocidade de processamento de dados. Essa transformação ocasionou em análises rápidas e ferramentas de simulações de cenários, previsões de demanda e riscos baseados em dados antigos, promovendo tomadas de decisões ágeis e estratégicas. Na última década, o uso da Inteligência Artificial (AI) potencializou o tratamento e processamento de um grande volume de dados, a partir do treinamento de padrões e definição de critérios, resultando em análises mais abrangentes e assertivas (LARSON, CHANG, 2016; MACHADO, 2018; SHARDA, DELEN, TURBAN, 2019 apud MEDEIRO JR. et. al., 2022).

Quadro 1 – Evolução do *Business Intelligence*

Década de 50	Década de 80	Década de 90	Anos 2000	Anos 2010	Anos 2020
Citação formal do termo “ <i>Business Intelligence</i> ” por Peter Luhn	O BI definido por Howard Dresner – soluções de BI em desenvolvimento junto ao <i>Data Warehouse</i>	Desenvolvimento de ferramentas de BI como OLAP e <i>Data Mining</i>	Democratização da análise de dados – <i>Self Service BI</i>	BI na nuvem e <i>Big Data</i>	Soluções de BI com Inteligência Artificial (AI)

Fonte: Desenvolvida pelos autores (2024).

As oportunidades e facilidade de obtenção de recursos intangíveis e valiosos no mundo contemporâneo tornou o BI indispensável nas empresas, podendo ser

utilizado em diversas áreas para diferentes objetivos, pressionando os empreendedores a implementarem, entender e capacitar a todos seus funcionários a operarem as ferramentas conforme o avanço dessa tecnologia (VELOSA et al., 2021).

2.1.5 Etapas de Implementação

Um dos fatores relevantes para sucesso de efetivo sistema de BI é a maneira que é implementado. A implementação de um sistema de BI demanda um planejamento bem definido, uma execução precisa e um acompanhamento cuidadoso para que resultados satisfatórios sejam obtidos e insights estratégicos sejam proporcionados, conseqüentemente trazendo benefícios para conquistar vantagens no mercado. Caso a implementação for realizada incorretamente, o sistema pode gerar informação sem valor, o que impacta na eficácia da ferramenta e arrisca sua continuidade na empresa (PRIMAK, 2008 apud BEZERRA, SIEBRA, 2015).

Para a realização de uma implementação correta do BI na organização, há etapas essenciais que englobam desde a definição de requisitos alinhados com a estratégia e orçamento da organização até sua execução e acompanhamento minucioso, que são:

Identificação detalhada de necessidades e problemas: A eficácia do sistema de BI está atrelada diretamente no atendimento das necessidades e resolução de problemas da empresa. A escolha do sistema de BI precisa estar alinhada com a estratégia da empresa para que a ferramenta possa suprir essas necessidades de todos os níveis da organização (BEZERRA, SIEBRA, 2015; YEOH, POPOVIC 2016; GODINEZ et al., 2020; SCHINAIDER, LEE, SERVARE JUNIOR, 2022)

Análise de viabilidade: O custo de implementação, manutenção e atualização precisa ser definido para o planejamento do orçamento para investimento no sistema. Vale salientar que todo custo de tecnologia, com a equipe, suporte técnico e contínuo, treinamento e outras variáveis precisam estar inclusas no planejamento (GODINEZ et al., 2020; OLSZAK, ZIEMBA, 2012; SCHINAIDER, LEE, SERVARE JUNIOR, 2022).

Mapeamento de fontes de dados: identificação de fontes de dados internos e externos, como sistemas transicionais, *data warehouses*, planilhas, mídias sociais, sites especializados e outros. Além disso, é importante realizar a verificação de qualidade e confiabilidade desses dados antes de utilizá-los na ferramenta para não ocasionar em informações irrelevantes (DOS SANTOS et. al., 2022).

ETL estratégico: realização do processo de extrair, transformar e carregar os dados em uma ferramenta de ETL para limpeza de dados para a criação de uma base multidimensional. Além disso, é necessário definir um modelo de dados que atenda às necessidades da empresa, relacionando entidades e indicadores relevantes. (DOS SANTOS et. al., 2022).

Criação de relatórios e Data Mining: escolha de ferramentas de BI e técnicas de transformação de dados para extrair e padronizar dados para a visualização e realização de análises das informações obtidas. É possível criar relatórios visuais e dinâmicos e realizar a mineração de dados para obtenção de conhecimentos sobre indicadores de desempenho (DOS SANTOS et. al., 2022).

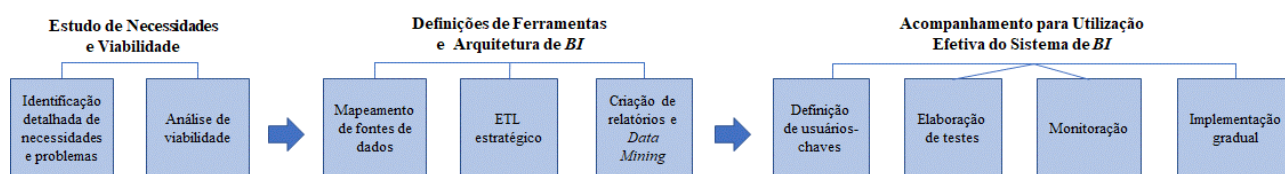
Definição de usuários-chaves: o sistema de BI requer de pessoas capacitadas e bem treinadas com conhecimentos e habilidades necessários. Os usuários adequados estar envolvidos em todo o processo de implementação (AWASTHI, PANDITA, 2019).

Elaboração de testes: realização de testes contínuos de funcionamento da nova ferramenta, avaliando critérios como funcionalidade, facilidade de uso, integração com sistemas existentes, custos atrelados e suporte ao cliente (SCHINAIDER, LEE, SERVARE JUNIOR, 2022).

Monitoração: fazer acompanhamento e diagnósticos de desempenho. Caso seja necessário, adaptar o sistema com desafios e necessidades emergentes da empresa (OLSZAK, ZIEMBA, 2012; BEZERRA, SIEBRA, 2015).

Implementação gradual: planejamento de implementação do sistema de BI em toda a organização para integração de dados e acesso às informações por todos os departamentos da empresa para que a tomada de decisão seja apoiada por visões e conhecimentos diversos. Nesta etapa, se faz necessário o treinamento de toda equipe do setor que adotar o sistema (DOS SANTOS et. al., 2022; GODINEZ et al., 2020).

Figura 1 – Etapas de implementação de BI



Fonte: Desenvolvida pelos autores (2024).

O sucesso de implementação de um sistema BI pode trazer os benefícios atrelados a sua utilização, portanto torna-se necessário o engajamento da alta gestão, treinamento constante dos usuários do sistema, utilização e atualização frequente do sistema a fim de evitar potenciais problemas. O incentivo de uso da ferramenta contando com participação dos funcionários conduz o compartilhamento de informação entre setores como parte da cultura organizacional da empresa. Ressalta-se que uma implementação eficaz do BI pode resultar em investimentos maiores para aquisição de outros tipos de ferramentas que podem facilitar na melhoria de processos da empresa (DOS SANTOS et. al., 2022; GODINEZ et al., 2020; SCHINAIDER, LEE, SERVARE JUNIOR, 2022).

2.1.6 Ferramentas de *Business Intelligence*

As ferramentas de BI são definidas como sistemas de informação projetadas para transformar dados brutos em informações úteis para processos decisórios das partes envolvidas. Geralmente, esses sistemas possuem uma estrutura composta por três camadas principais. A primeira camada é responsável pela seleção e coleta dos dados; na segunda camada, os dados são transformados e segregados quanto ao tipo, formato de datas, e outros parâmetros, sendo então gravados em um *Data Warehouse* e, por fim, na terceira camada, os dados são analisados e apresentados em formatos como cubos de perspectiva OLAP, gráficos, relatórios e dashboards (DARÓS et al. 2005; FERNANDES, RIBEIRO, 2017; PEREIRA et al., 2022).

Além disso, essas ferramentas facilitam a identificação das dimensões dos dados, como produto, cliente, tempo e geografia, e possibilitam que as pessoas façam perguntas sobre esses dados, como por exemplo identificar quais clientes estão propensos a abandonar a empresa ou quais vendedores não estão atingindo suas

metas. Também permitem a criação de métricas a partir dos dados, como pontualidade na entrega, acidentes no local de trabalho e índices de satisfação de clientes ou funcionários (SCHLEGEL et al., 2024)

Anualmente, o Gartner Group publica o “Quadrante Mágico”, uma análise gráfica dividida em 4 quadrantes que classifica as principais plataformas utilizadas para análises de BI, destacando as líderes e visionárias no mercado, conforme mostrado na Figura 2, que apresenta a atualização mais recente dessa análise.

Figura 2 - Quadrante Mágico



Fonte: Gartner Group (2024)

Os *Leaders* são as empresas que executam bem sua visão atual e estão bem-posicionadas para o futuro, ou seja, compreendem profundamente os principais recursos do produto e têm um forte compromisso com o sucesso do cliente, oferecendo modelos de preços claros e atraentes.

É válido ressaltar que o conceito de BI é aplicável a empresas de todos os tamanhos, porém a forma como é implementado e utilizado pode variar significativamente entre pequenas, médias e grandes empresas. Os principais desafios para uma pequena empresa incluem orçamentos reduzidos para tecnologia e pessoal especializado em BI. Muitas vezes, os dados são armazenados em diferentes plataformas, como planilhas, sistemas contábeis e outras ferramentas isoladas. No entanto, as ferramentas como Google Data Studio e o Microsoft Power BI, citadas como *Leaders* no quadrante mágico, oferecem versões gratuitas ou de baixo custo que são adequadas para pequenas empresas, sem a necessidade de especialistas para manuseio das ferramentas (SIMÃO et. al., 2023). Apesar das limitações, as MPE podem transformar dados brutos que as possuem em *insights* acionáveis, permitindo que os gestores compreendam profundamente a posição competitiva da empresa, identifiquem novas oportunidades de negócio, personalizem suas estratégias de marketing e otimizem seus processos internos.

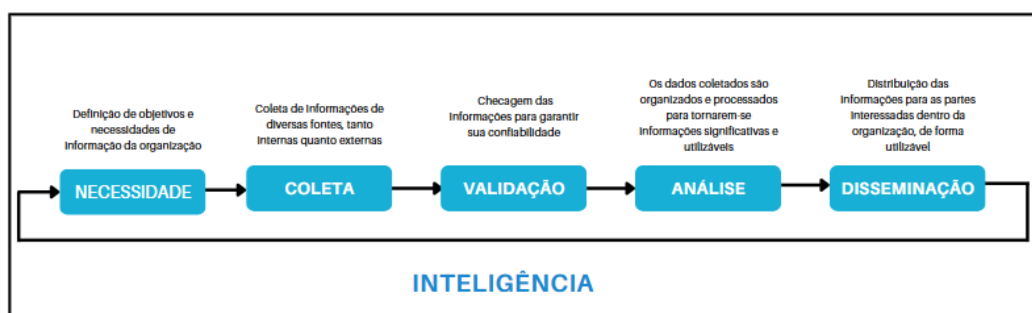
2.2 Inteligência de Mercado

A inteligência de mercado refere-se ao processo de coleta, análise e interpretação de informações relevantes sobre o mercado e os concorrentes, com o objetivo de contribuir para a tomada de decisões estratégicas nas organizações. O processo envolve o acompanhamento contínuo de diversos fatores, incluindo concorrentes, clientes, tendências e oportunidades, e é considerado um elemento

chave na aplicação de uma gestão estratégica eficaz nas empresas (MARÓSTICA et al., 2014; STEFFEN, 2023).

Compreender o estado atual do mercado em que uma empresa está inserida, seu processo evolutivo e as estratégias adotadas pelos empreendedores para competir de forma estratégica são elementos necessários para garantir a sobrevivência de uma empresa (PERES, 2018). Cassano (2017), complementa que a dinâmica atual dos mercados contemporâneos exige que as vantagens competitivas não se limitem a aspectos como custo, qualidade, mão de obra, capital e tecnologia. Para ele, é essencial reconhecer também a análise de informações como um pilar estratégico na tomada de decisões empresariais, tratando-a como um valioso ativo estratégico. Vale ressaltar que a IM é uma das disciplinas mais diversificadas no campo dos negócios, apresentando inúmeras definições e abordagens (Inteligência Competitiva, Monitoramento de Mercado, Pesquisa de Mercado etc.). Contudo, há um ponto em comum entre todas elas: a informação é a peça essencial dessa atividade e seu objetivo é fornecer suporte para as decisões da organização (FONTES, 2019). A figura 3 abaixo apresenta o ciclo da inteligência, um processo sistemático e contínuo que envolve várias etapas essenciais para a geração de informações úteis e acionáveis.

Figura 3 – Ciclo de Inteligência



Fonte: Desenvolvida pelos autores (2024) – Baseando-se no ciclo de inteligência desenvolvido por Abreu (2000) apud Castro e Abreu (2006) e Herring (2002) apud Fontes (2019).

Dessa forma, para organizações que utilizam atividades de inteligência é essencial definir e integrar em seus processos, dados, informações e conhecimentos, já que o futuro do negócio pode depender maneira eficiente e eficaz com que esses elementos são aplicados na resolução de problemas e na tomada de decisão (BLANCK, JANISSEK-MUNIZ, 2014). Assim, faz-se necessário a existência de um sistema de informações projetado para permitir que a organização antecipe suas ações, inove em produtos, penetre novos mercados e evite surpresas (GOMES, COELHO, 2021). Obtendo e acessando informações de maneira objetiva, as organizações podem se posicionar de forma mais assertiva frente aos desafios emergentes.

Para as micro e pequenas empresas do ABC Paulista, a inteligência de mercado pode ser fundamental devido ao ambiente altamente competitivo e dinâmico da região, onde a capacidade de adaptação e inovação é essencial para a sobrevivência e crescimento dos negócios. Nestas empresas, os desafios são amplificados pela limitação de recursos, o que torna ainda mais relevante a implementação de práticas eficazes de inteligência de mercado (DAMAZIO, SHIGAKI, GONÇALVES, 2019). Portanto, ao adotar tecnologias e ferramentas apropriadas de inteligência de mercado, essas empresas podem se posicionar estrategicamente,

adaptar-se às mudanças do mercado e identificar oportunidades de crescimento, mesmo diante de recursos limitados.

2.3 MPE no ABC Paulista

As micros e pequenas empresas são importantes para o desenvolvimento do Brasil, contribuindo com a geração de empregos e no crescimento econômico do país. As MPEs devem apresentar um volume de receita bruta anual que se enquadra nos critérios do regime tributário simplificado, e uma empresa é classificada como Microempresa (ME) quando sua receita bruta anual é igual ou inferior à 360 mil reais, enquanto uma Empresa de Pequeno Porte (EPP) é caracterizada por um faturamento anual de 360 mil a 4,8 milhões de reais. (BRASIL, 2006; SEBRAE, 2019).

Frequentemente, as micro e pequenas empresas não possuem uma abordagem holística em relação à gestão de seus negócios, devido à incapacidade de identificar os pontos fundamentais na sustentabilidade de suas operações. As principais razões para o fechamento precoce dessas empresas estão relacionadas a questões financeiras e desafios significativos em termos de planejamento empresarial e análise micro e macro ambiental por parte dos empreendedores. (YEBOAH, 2022; NEVES, CRUZ, LOCATELLI, 2024)

O ABC Paulista tornou-se um importante polo industrial e econômico de São Paulo, e as MPE presentes nos municípios contribuíram com o crescimento e desenvolvimento da região devido a grande quantidade de empresas, acarretando empregos e renda para a população. Até o primeiro trimestre de 2024, 31,7% das empresas registradas nas cidades do Grande ABC referem-se a microempresas e 6,69% a empresas de pequeno porte (PORTAL SEBRAE, 2024).

No mesmo período, São Bernardo do Campo destaca-se como a cidade com a maior quantidade de MPE abertas, seguida de Santo André e São Caetano do Sul. Em todas as cidades, o comércio se sobressai como maior quantidade de empresas por segmento (PORTAL SEBRAE, 2024).

Quadro 2 – Micros e pequenas empresas nos municípios do ABC Paulista até o primeiro trimestre de 2024

Município	Microempresa	Empresa de Pequeno Porte
São Bernardo do Campo	37.388	8.273
Santo André	37.261	7.277
São Caetano do Sul	14.060	3.530
Diadema	11.544	2.608
Mauá	9.388	1.615
Ribeirão Pires	3.696	648
Rio Grande da Serra	617	70

Fonte: Desenvolvida pelos autores (2024).

3 Metodologia

A metodologia é um conjunto de procedimentos técnicos que visa alcançar um determinado conhecimento. A escolha do método depende das diversas opções disponíveis e da análise do objeto de pesquisa. O objetivo da metodologia é compreender os assuntos abordados, seja de forma geral ou mais aprofundada. Não existe um método único que resolva todos os problemas de conhecimento. Portanto, a seleção do método adequado exige análise do objeto de estudo e dos conhecimentos desejados (GIL, 2008; BLOISE, D. M., 2020).

Um dos métodos iniciais em qualquer trabalho científico é a pesquisa bibliográfica, essencial para que o pesquisador compreenda o que já foi explorado sobre o tema. A pesquisa bibliográfica envolve a coleta de referências teóricas previamente analisadas e publicadas, seja em formato impresso ou digital, como livros, artigos acadêmicos e páginas de sites e plataformas de acesso aberto como o Google Acadêmico, Scielo, Repositórios Acadêmicos. Essa pesquisa baseia-se em registros disponíveis de estudos anteriores e consiste no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas à pesquisa. Utilizam-se categorias teóricas desenvolvidas por outros pesquisadores, que foram devidamente registradas. Esses textos servem como fontes para os temas que serão investigados (FONSECA, 2002; AMARAL 2007; SEVERINO, 2007 apud SOUSA, 2021)

Com o intuito de contribuir para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas no ABC Paulista, esse trabalho foi elaborado com base em uma revisão bibliográfica sobre Inteligência de Mercado em MPE. Os estudos realizados proporcionaram uma análise dos principais desafios e oportunidades enfrentadas por MPEs da região do ABC Paulista.

A pesquisa qualitativa analisou os principais índices de mercado da região. Os dados foram obtidos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados Estatísticos (SEADE) e *dashboard* disponibilizados pelo Governo Federal. Por fim, a interpretação da literatura e do conhecimento gerado a partir dos dados obtidos serviu como base para a análise da inteligência de mercado nas micro e pequenas empresas localizadas na região do ABC Paulista. O estudo oferece um panorama aprofundado sobre o assunto, possibilitando a aplicação de um *roadmap* para possível implementação de inteligência de mercado dos próprios pequenos e microempreendedores da região do ABC Paulista.

Tabela 3 – Processo de desenvolvimento de pesquisa

Etapa	Assuntos Relacionados	Fonte
Pesquisa Bibliográfica	Micro e Pequenas Empresa; Inteligência de Mercado; <i>Business Intelligence</i> ;	Google Acadêmico; Scielo; Repositórios Acadêmicos;
Levantamento do cenário atual das MPE no ABC Paulista	Quantidade de empresas ativas e fechadas em 2024 geral e por segmento; Quantidade de MPE por município da região; % de Pessoas Ocupadas e Comparativo de faturamento; Taxa de mortalidade de empresas;	IBGE; SEBRAE; SEADE; Site do Governo;
Questionário e Entrevistas	Questões focadas na identificação de dificuldades e possibilidade de eventual implementação de uma ferramenta de BI; Distribuição <i>in loco</i> e <i>on-line</i> ;	Baseado na pesquisa bibliográfica para realização de questões relevantes para identificação de deficiências e benefícios da implementação da IM; Questionário e entrevistas pelo <i>Google Forms</i> e <i>in loco</i> ;
Análise de Dados	Correlacionar os dados obtidos para encontrar uma solução inovadora para auxiliar os micros e pequenos empreendedores	Questionário e entrevistas aplicadas;
Resultados Obtidos	Verificar se a solução proposta de <i>Roadmap</i> pode trazer benefícios para que as empresas tenham vantagem competitiva no mercado.	Proposta de inovação;

Fonte: Desenvolvida pelos autores (2024).

Referências

- AMARAL, J. J. F. **Como fazer uma pesquisa bibliográfica**. Fortaleza, CE: Universidade Federal do Ceará, 2007. Disponível em: [Microsoft Word - Bibliografia 20070813.doc](#). Acesso em: 28 jul. 2024.
- AWASTHI, A. M.; PANDITA, D. Role of business intelligence and analytics: analysis of data driven decision. **International Journal of Innovate Technology and Exploring Engineering (IJITEE)**, 8(12), 1506-1510, 2019. DOI: 10.1002/asi.23366. Disponível em: < <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/asi.23366>>. Acesso em: 05 jul. 2024.
- AYALA, J. et al. Herramientas de Business Intelligence (BI) modernas, basadas en memoria y con lógica asociativa. **Revista PUCE**, p. 357-375, n. 106, 2018. DOI: <https://doi.org/10.26807/revpuce.v0i106.144>. Disponível em: <<https://www.revistapuce.edu.ec/index.php/revpuce/article/view/144/20246>>. Acesso em: 09 jun. 2024.
- BEZERRA, A. A.; SIEBRA, S. A. Implantação e uso de business intelligence: um relato de experiência no Grupo Provider. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, 13(3), 233-20243, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/gestaorg/article/view/22121/18486>>. Acesso em: 05 jul. 2024.
- BIAZOTTO, G. L.; PINTO, G. S. O uso da bussiness intelligence–bi como ferramenta de apoio a decisão e diferencial competitivo. **Revista Interface Tecnológica**, v. 19, n. 2, p. 380-392, 2022. DOI: 10.31510/infa.v19i2.1554. Disponível em: <<https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/download/1554/817>>. Acesso em: 11 jun. 2024.
- BLANCK, M.; JANISSEK-MUNIZ, R. Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método L.E.SCAning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P). **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 188–204, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rausp/a/NStZTVhHZMzfPPD4dV6JHXP/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 10 mai. 2024.
- BLOISE, D. M. A importância da metodologia científica na construção da ciência. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, 105-22, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/educacao/metodologia-cientifica>. Acesso em: 07 mai. 2024.
- BONTEMPO, P. C. et al. Utilização de business intelligence no cumprimento de metas nacionais do poder judiciário no tribunal de justiça do estado de goiás. **Interfaces Científicas - Direito**, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 108–12024, 2024. DOI: 10.17564/2316-381X.2024v9n3p108-12024. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/direito/article/view/11997>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- BOTELHO, J. P. M.; PAKES, P. R.; DA ROCHA, T. S.; VIANA, G. D.; SYDOW, M. L. C. Business intelligence in investment offices: case study. **Revista de Gestão e Secretariado**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. e3490, 2024. DOI: 10.7769/gesec.v15i2.3490. Disponível em: <<https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/3490>>. Acesso em: 11 jun. 2024.

BRASIL. Lei n. 123, de 14 de dez. 2006. Instituição do Estatuto Nacional da Microempresa e de Empresa de Pequeno Porte. **Brasília - DF**, dez. 2006.

CAMPOS, B.; CAMPOS, P. **Análise de Dados usando as Ferramentas de Business Intelligence Tableau e Qlik Sense**. Universidade de Pernambuco (UPE), 2020. Disponível em: <https://www.academia.edu/105262522/An%C3%A1lise_de_Dados_usando_as_Ferramentas_de_Business_Intelligence_Tableau_e_Qlik_Sense>. Acesso em: 4 jun. 2024.

CARSON, G.; O'CONNOR, C.; SIMMONS, G. The crucial role of market intelligence in the development of small business marketing capabilities. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 27, n. 5, p. 797–816, 2020. Disponível em: <https://pure.ulster.ac.uk/ws/files/79840714/JSBED_DOI_10.1108.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2024.

CASSANO, F. A. **Inteligência de mercado para empresas brasileiras: concepção, desenvolvimento e aplicação do sistema de monitoramento do ambiente global de negócios**. Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2018. Disponível em: <<https://adelpha-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/f3b0becb-ae21-48b5-96e6-0e3cf2a026d8/content>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

CASTRO, J. M.; ABREU, P. G. F. Influência da inteligência competitiva em processos decisórios no ciclo de vida das organizações. **Ciência da Informação**, v. 35, n. 3, p. 15–29, 2006. DOI: 10.1590/S0100-19652006000300002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/ij/ci/a/qGNsjkBjWjQhGZXmgcz5RVm/?lang=pt#ModalHowcite>>. Acesso em: 12 jul. 2024.

CONFIRA as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI. **SEBRAE**, 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c9202410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 29 jun. 2024.

DARÓS, L. L.; STADNICK, K. T.; T; BIZ A. A.; *et al.* A contribuição de uma ferramenta de business intelligence na gestão de custos: a experiência do Estado de Santa Catarina. **Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC**. Disponível em: <<https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/1974>>. Acesso em: 12 jul. 2024.

DOS SANTOS, J. A. *et al.* Business intelligence aplicado em empresa de saneamento business intelligence applied in a sanitation company. **Revista Pesquisa e Ação**, v. 8, n. 1, p. 20246-256, 25 abr. 2022. Disponível em: <https://revistas.brazcubas.edu.br/index.php/pesquisa/article/view/120247>. Acesso em: 17 jun. 2024.

FERNANDES, B. B.; RIBEIRO, P. C. C. **Business intelligence: vantagens e desvantagens no contexto empresarial**, 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/321674932_BUSINESS_INTELLIGENCE_VANTAGENS_E_DESVANTAGENS_NO_CONTEXTO_EMPRESARIAL>. Acesso em: 12 jul. 2024.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila

FONTES, A. **Inteligência de Mercado**. Saint Paul Editora, 2019.

FUNDAÇÃO SEADE. Dashboard de evolução do mercado de trabalho no Estado de São Paulo. **Seade Trabalho**. Disponível em: <<https://trabalho.seade.gov.br/>>. Acesso em: 19 jun. 2024.

FUNDAÇÃO SEADE. Indicadores Sebrae-SP: Pesquisa de Conjuntura das Micro e Pequenas Empresas Paulistas. [s.l.: s.n.], 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/01/Relatorio_MPEs_dez23.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2024.

GARTNER. Magic Quadrant Research Methodology. **Gartner**. Disponível em: <<https://www.gartner.com/en/research/methodologies/magic-quadrants-research>>. Acesso em: 26 jul. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

GODÍNEZ, J. A. B.; COLOAPA, J. L. S.; MÁRQUEZ, M. S. U.; MEJÍA, A. G.; GONZAGA, E. A. Identifying the main factors involved in business intelligence implementation in SMEs. **Bulletin of Electrical Engineering and Informaties**, 9(1), 304-310, 2020. DOI: 10.11591/eei.v9i1.1459. Disponível em: <<https://beei.org/index.php/EEI/article/view/1459/1284>>. Acesso em: 15 jul. 2024.

GOLOMBIÉSKI, E. E.; MACHADO, B. N.; KILLAR, M. H.; *et al.* Ambiente de data mart para a tomada de decisão de financiamentos de projetos de pesquisa. **Revista de engenharia e tecnologia**, v. 16, n. 1, 2024. Disponível em: <<https://revistas.uepg.br/index.php/ret/article/view/23736>>. Acesso em: 12 jul. 2024.

GOMES, A. L.; COELHO, T. R. A influência da inteligência de mercado no planejamento de uma cidade inteligente. **Revista Informação na Sociedade Contemporânea**, [S. l.], v. 5, p. e23421, 2021. DOI: 10.21680/202447-0198.2021v5n1ID23421. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/informacao/article/view/23421>. Acesso em: 09 abr. 2024.

IMHOFF, C.; WHITE, C. Self-service business intelligence: Empowering users to generate insights. **TDWI best practices report**, v. 40, 2011. Disponível em: <https://docs.media.bitpipe.com/io_10x/io_106625/item_583281/TDWI_Best_Practices_Report_Self-Service_BI_Q311%5B1%5D.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2024.

INTELIGÊNCIA de mercado: por quê investir? **SEBRAE**, 2023. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/inteligencia-de-mercado-por-que-investir>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

LARSON, V.; CHANG, V. A review and future direction of agile, business intelligence, analytics and data science. **International Journal of Information Management**, 36(5):700-710, 2016. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.013. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/302066068_A_review_and_future_direction_of_agile_business_intelligence_analytics_and_data_science>. Acesso em: 15 jun. 2024.

MACHADO, F. N. R. **Big data: o futuro dos dados e aplicações**. São Paulo: Érica, 2018.

MARÓSTICA, E.; MARÓSTICA, N. A. C.; BRANCO, V. R. C. **Inteligência de Mercado**. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

MEDEIRO JR., A. *et al.* Os impactos da inteligência artificial nas estratégias de marketing. REFAS - **Revista FATEC Zona Sul**, Vol. 9, Nº. 1, 2022. Disponível em: <[14](https://www.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/6-pos-graduacao/upm-</p></div><div data-bbox=)

higienopolis/mestrado-doutorado/admin-desen-
negocios/2023/18_Os_Impactos_da_Intelig%C3%Aancia_Artificial_nas_Estrat%C3
%A9gias_de_Marketing.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2024.

MEDEIROS, M. M.; MAÇADA, A. C. G.; HOPPEN, N. Data science for business: benefits, challenges and opportunities. **The Bottom Line**, 2020. DOI: 10.1108/BL-12-2019-0132. Disponível em: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BL-12-2019-0132/full/html>>. Acesso em: 09 jun. 2024.

MOTA, L. F. P. **Tesouraria Previsional numa Indústria de Laticínios: uma abordagem com o Power BI**. Mestrado em Informação e Sistemas Empresariais. 2024. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/16191/1/TMISE_Lu%c3%adsMota.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2024.

NEVES, M. L.; CRUZ, P. B.; LOCATELLI, O. Fatores que influenciam a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. **Revista de Administração Mackenzie**, 25(1), 1–28, 2024. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMC20240073>.pt. Disponível em: Acesso em: 07 mai. 2024.

OLSZAK, C. M.; ZIEMBA, E. Critical success factors for implementing business intelligence systems in small and medium enterprises on the example of upper Silesia, Poland. **Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management**, v. 7, p. 129-150, 2012. DOI: 10.28945/1584. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/264707416_Critical_Success_Factors_for_Implementing_Business_Intelligence_Systems_in_Small_and_Medium_Enterprises_on_the_Example_of_Upper_Silesia_Poland>. Acesso em: 05 jul. 2024.

OLUWASEGUN, A. et al. Effects of Business Intelligence, Organisation Learning and Innovation on the Performance of Small and Medium Scale Enterprises (SMEs) in South-West Nigeria. **International Journal of Economics and Business Management**, v. 9, n. 10, 2023. DOI 10.56201/ijebm.v9.no10.2023.pg185.195. Disponível em: <[https://www.iiardjournals.org/abstract.php?j=IJEEM&pn=Effects%20of%20Business%20Intelligence,%20Organisation%20Learning%20and%20Innovation%20on%20the%20Performance%20of%20Small%20and%20Medium%20Scale%20Enterprises%20\(SMEs\)%20in%20South-West%20Nigeria%20&id=4439](https://www.iiardjournals.org/abstract.php?j=IJEEM&pn=Effects%20of%20Business%20Intelligence,%20Organisation%20Learning%20and%20Innovation%20on%20the%20Performance%20of%20Small%20and%20Medium%20Scale%20Enterprises%20(SMEs)%20in%20South-West%20Nigeria%20&id=4439)>. Acesso em: 31 mai. 2024.

PAINEL mapa de empresas. **GOV**, 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

PEREIRA, J. G.; LAUERMANN, K. L.; GUERREIRO, K. M.; *et al.* Aplicação do business intelligence no setor público. **RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar**, v. 3, n. 8, p. e381828, 2022. DOI: 10.47820/recima21.v3i8.1828. Disponível em: <<https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/1828>>. Acesso em: 28 jun. 2024.

PERES, C. S. **Inteligência de Mercado: O Estudo da Competitividade no Empreendedorismo Feminino. Monografia de Especialização em Controladoria e Finanças**. Santa Rosa: Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, 2018. Disponível em: <

<http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1030/836>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

QUAL o papel das pequenas empresas na economia brasileira. **SEBRAE**, 2023. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

RIBEIRO, J. L. S.; RIBEIRO, A. O.; GASPAR, R. Avaliação da interrupção no desenvolvimento de novas tecnologias nas micro e pequenas empresas do setor químico do ABC Paulista com base no TRL. **Gestão da Produção em Foco**, v. 44, p. 33, 2020. DOI:10.36229/978-65-5866-032-3.CAP.04. Disponível em: <https://poisson.com.br/2018/produto/gestao-da-producao-em-foco-volume-44/>. Acesso em: 23 jun. 2024.

SANTOS, G. L. S.; PAULA, F. de O. **Análise de maturidade em Business Intelligence como fator de criação de vantagem competitiva e melhoria de performance: Estudo de caso em uma empresa do setor farmacêutico**. Rio de Janeiro, 2023. 150p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=62667@1>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

SANTOS, L. M. DOS; SILVA, G. M.; NEVES, J. A. B. Risco de sobrevivência de micro e pequenas empresas comerciais. **Revista de contabilidade e organizações**, v. 5, n. 11, 2011. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/rco/article/view/34788>>. Acesso em: 20 mai. 2024.

SCHINAIDER, M. A. A.; LEE, V. N. T.; SERVARE JUNIOR, M. W. J. Business intelligence como suporte à tomada de decisão: o estado da arte por meio do ProKnow-C. **Brazilian Journal of Production Engineering**, v. 8, n. 2, p. 79–98, 2022. DOI: 10.47456/bjpe.v8i2.37106. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/37106>. Acesso em: 17 jun. 2024.

SCHLEGEL, K.; GANESHAN, A.; PIDSLEY, D.; *et al.* Magic Quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms. **Gartner Group**. Disponível em: <<https://www.gartner.com/doc/reprints?id=1-2HW1JC8Q&ct=20240620&st=sb>>. Acesso em: 25 jun. 2024.

SERASA EXPERIAN. Mais de mil pedidos de recuperação judicial são registrados no semestre, mostra Serasa Experian. **Serasa Experian**. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/analise-de-dados/mais-de-mil-pedidos-de-recuperacao-judicial-sao-registrados-no-semester-mostra-serasa-experian/>>. Acesso em: 28 jul. 2024.

SEZÕES, C.; OLIVEIRA, J.; BAPTISTA, M. **Business Intelligence**. Porto: Sociedade Portuguesa de Inovação, 2006.

SHARDA, R.; DELEN, D.; TURBAN, E. **Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

SIMÃO, J. A. de S. et. al. Os efeitos da utilização do power bi no controle de processos de armazenagem em um centro de distribuição do setor alimentício e petcare. **Revista Produção Online**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 4431, 2023. DOI: 10.14488/1676-1901.v23i1.4431. Disponível em: <https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/4431>. Acesso em: 23 jun. 2024.

SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, G. S.; ALVES, L. H. A PESQUISA BIBLIOGRÁFICA: PRINCÍPIOS E FUNDAMENTOS. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021. Disponível em: <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>>. Acesso em: 28 jul. 2024.

STEFFEN, C. **Inteligência de mercado no contexto de marketing**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 09 abr. 2024.

TEECE, D. J.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic Capabilities and Strategic Management. **Strategic Management Journal**, v. 18, n. 7, p. 509–533, 1997. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/%28SICI%291097-0266%28199708%2918%3A7%3C509%3A%3AAID-SMJ882%3E3.0.CO%3B2-Z>>. Acesso em: 28 jul. 2024.

TERILLI, J. A. C. **Gestão de indicadores internos de PMO utilizando um dashboard em Power BI**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia Mecânica), Universidade Estadual Paulista (Unesp), 2024. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/items/c4fc05f9-ae23-4e6a-bef1-a21070143d7b>>. Acesso em: 28 jul. 2024.

TORRES, D. R. et. al. Aplicabilidade e potencialidades no uso de ferramentas de Business Intelligence na Atenção Primária em Saúde. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 6, 2021. <https://doi.org/10.1590/1413-81232021266.03792021>. Disponível em: <<https://www.scielo.br/ij/csc/a/FtM4gkQhXP3MKqL49hgZRXx/>>. Acesso em: 15 jun. 2024.

VANNUCCI, I. M.; FERREIRA, M. A.; SILVA, V. R. Influência da Gestão Empresarial na Taxa de Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas de Uberlândia. **Revista da Auditoria Governança e Contabilidade**, v. 11 n. 46, 2023. Disponível em: <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/ragc/article/view/3073>>. Acesso em: 20 mai. 2024.

VELOSA, A. et al. Business Intelligence and Its Big Evolution. **Preprints**, 2021. Disponível em: <https://www.preprints.org/manuscript/202103.0584/v1>. Acesso em: 31 mai. 2024.

YEBOAH, S. **Fighting the Odds: Understanding Small Business Mortality in Low-Income Countries**. Munich Personal RePEc Archive, University Library of Munich, Germany, 2022. Disponível em: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/117543/1/A%20Review%20of%20Small%20Business%20Mortality%20in%20Low%20Income%20countries%20FOR%20MPRA.pdf>. Acesso em: 11 mai. 2024.

YEOH, W.; POPOVIC, A. Extending the understanding of critical success factors for implementing business intelligence systems. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, 67(1), 134-147, 2016. DOI: 10.1002/asi.23366. Disponível em: <<https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/asi.23366>>. Acesso em: 05 jul. 2024.