

ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS DO ENTORNO DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA BAHIA NA REGIÃO DO BARBALHO, SALVADOR-BA

Área temática: Ética e Responsabilidade Social

Laís Pires
lrochapires@gmail.com
Cláudio Mello
claudiomello@gmail.com
Alexandra Siqueira
alexandraquadro@ifba.edu.br
Jowaner Araújo
jowaner@hotmail.com
Luana Farias
luanaffarias@gmail.com

Resumo: *O entorno do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia, tem como uma das principais características a presença de variados empreendimentos comerciais e organizações sem fins lucrativos. Diante dessa observação o IFBA identificou a possibilidade de estabelecer uma aproximação com essas empresas para obtenção de um diagnóstico para futura intervenção. O objetivo geral da pesquisa consiste em traçar um diagnóstico sobre os empreendimentos localizados no entorno do IFBA campus Salvador identificando suas principais características e necessidades emergentes a fim de desenvolver futuras intervenções de melhorias. No que se refere à metodologia, a pesquisa em questão classifica-se quanto à natureza, de forma qualitativa e quantitativa; quanto aos objetivos, de caráter exploratório e descritivo. Inicialmente foi feita uma pesquisa bibliográfica, paralelamente a visitas à empresa a fim de se conhecer os métodos de trabalho e analisar as ações sustentáveis desenvolvidas pela mesma durante o processo, além da aplicação de questionário aos colaboradores.*

Palavras-chaves: *Desenvolvimento Econômico, Cultura Glocal, Empreendedorismo*



1. INTRODUÇÃO

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia é uma instituição pública que oferece educação gratuita de ensino superior, nível básico e profissional, além de realizar pesquisas e atividades de extensão. Possui 23 *câmpus* espalhados em toda a região do estado da Bahia, sendo um deles o *câmpus* Salvador, localizado no bairro do Barbalho.

O estudo em questão surgiu a partir do seguinte questionamento: “Quais as principais características e necessidades emergentes dos empreendimentos localizados no entorno do IFBA, *câmpus* Salvador?”. Foi fomentada por um grupo de professores e graduandas do curso de Administração, bolsistas do ESTADES (Escritório Técnico de Acolhimento a Demandas e Projetos Sociais). Verificou-se que, as necessidades prioritárias destes sejam relacionadas às qualificações dos responsáveis pelos principais processos gerenciais e sua base empreendedora.

Para atingir tal intento, temos como objetivo geral: traçar um diagnóstico sobre os empreendimentos localizados no entorno do IFBA *câmpus* Salvador, identificando suas principais características e necessidades emergentes a fim de desenvolver futuras intervenções de melhorias. E, como objetivos específicos: conceituar crescimento econômico e desenvolvimento econômico; distinguir os significados de cultura local, cultura global e cultura glocal; compreender, historicamente, o surgimento e a importância do empreendedorismo para a economia local; realizar um levantamento de dados sobre os empreendimentos situados no entorno da instituição, através da aplicação de questionários; analisar o contexto socioeconômico do bairro do Barbalho e identificar os principais fatores que caracterizam a região; obter um diagnóstico dos empreendimentos locais de maneira a identificar os principais pontos de futura intervenção.

Os empreendimentos situados no entorno do Instituto são caracterizados por apresentar uma grande variedade de segmentos. Foram identificadas empresas que se enquadram como comércio varejista, outras que prestam serviços variados e organizações sem fins lucrativos. Sendo assim, primeiramente, buscamos promover uma maior interação e proximidade entre a instituição e esses empreendedores através de uma pesquisa de campo. Esta pesquisa consistiu na obtenção de informações, mediante aplicação de um questionário

elaborado de forma a identificar os fatores de funcionamento operacional e de gestão desses empreendimentos.

Na primeira parte deste artigo, foi feita uma distinção entre crescimento econômico e desenvolvimento econômico, cultura local, global e glocal, relacionando tais conceitos com a economia local. Através desse estudo, buscou-se também compreender alguns aspectos históricos do Barbalho situado em Salvador-BA, e a importância do empreendedorismo para a economia local. Na segunda parte, foi apresentada a metodologia do trabalho empírico e o diagnóstico proposto. Por fim, as considerações finais encerram temporariamente tal pesquisa, trazendo contribuições relevantes através do levantamento de dados dos empreendimentos de entorno do IFBA para possíveis atuações quanto à solução dos problemas encontrados na pesquisa.

2. ESTUDO DO CONTEXTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL

É pertinente destacar alguns termos para facilitar a contextualização das informações levantadas durante a coleta dos dados. A primeira definição relevante é a diferenciação entre o crescimento econômico e o desenvolvimento econômico de uma região. Este primeiro corresponde ao crescimento contínuo da renda per capita ao longo do tempo, enquanto o desenvolvimento econômico inclui as alterações da composição do produto e a alocação dos recursos pelos diferentes setores da economia (VASCONCELLOS, 2006, p.403).

Sendo assim, o desenvolvimento econômico abrange o crescimento econômico e a forma como os recursos decorrentes são distribuídos para a promoção qualidade de vida de uma determinada localidade. O alcance do desenvolvimento econômico de uma determinada região pode ser global, glocal e local. Em âmbito global, pode-se retratar o impacto da globalização das economias e a interdependência que se estabeleceu e ainda se estabelece entre os diversos países.

A globalização que promove a interação entre as nações, permitindo aproximação desses países no aspecto econômico, social, político assim como também, a comunicação se torna um processo mais rápido independentemente da distância geográfica.



No que se refere ao desenvolvimento local de uma determinada região, verifica-se que está diretamente associado com o seu desenvolvimento econômico. São também considerados fatores como as condições em que as pessoas vivem e as perspectivas que possuem em longo prazo. Esse desenvolvimento implica em melhorias no contexto socioeconômico em que esses indivíduos estão inseridos. Segundo pesquisas do sociólogo Juarez de Paula (2008, p.06), o desenvolvimento exige o crescimento das habilidades, conhecimentos e competências das pessoas”, o mesmo ainda ressalta que “Investir em capital humano significa investir, sobretudo em educação, condições de saúde, alimentação, habitação, saneamento, transporte, segurança etc.”

O sociólogo evidencia que o fator humano é indispensável para a obtenção de resultados, pois buscam idealizar, dinamizar e promover mudanças nesse cenário socioeconômico. Também discute a possibilidade da gestão compartilhada como uma estratégia de desenvolvimento, dessa maneira, a comunidade em questão seria beneficiada com todo o conhecimento de que necessitam para que possam identificar suas oportunidades e dificuldades.

Ainda segundo o autor, a cultura pode ser entendida como algo inerente aos hábitos, costumes e crenças de determinado povo, assim como também, abrange aspectos religiosos artísticos e a ciência. Nesse sentido, a cultura corresponde a uma série de fatores que representam ou caracterizam determinada região, o que influencia o comportamento dos moradores locais e o modo que eles se comportam dentro daquele contexto. Daí temos a descrição do conceito de cultura local.

A primeira definição de cultura que foi formulada do ponto de vista antropológico pertence a Edward Tylor, no primeiro parágrafo do livro *Primitive Culture* (1871). Tylor procurou demonstrar que cultura pode ser objeto de um estudo objetivo e de uma análise capaz de proporcionar a formulação de leis sobre o processo cultural e evolução. (LARAIA, 2015).

No que se refere à cultura glocal, segundo Turek (2008) Glocal é um conceito *up-to-date* da antropologia cultural, que denomina a mistura de culturas globais modernas e locais tradicionais. Basicamente, um intercâmbio entre as culturas em todas as suas modalidades. Sendo assim, a cultura glocal corresponde à agregação de culturas globais



dentro de uma cultura já existente e, conseqüentemente, resultando em uma interação global. Nota-se daí que, as culturas não vivem isoladas, portanto, tanto cada cultural local influencia a global, do mesmo modo, a global incide na local. Por isso, vale considerarmos que estes aspectos não podem e nem devem estar desassociados da cultura organizacional dos empreendimentos de qualquer mercado, área de atuação, porte, dentre outros.

3. A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL: UNIVERSIDADE X EMPRESAS

Considerando aspectos históricos, a origem do empreendedorismo possui diferentes contextos. Dornelas (2015) apresenta alguns exemplos para a definição do termo: Primeiramente, retrata o momento em que Marco Polo buscou estabelecer uma rota comercial para o oriente, no momento seguinte considera o período da Idade Média, em que o empreendedor seria aquele que realizava o gerenciamento de grandes projetos de produção. Posteriormente, no século XVII o empreendedor seria aquele que possuía contratos com o governo para desenvolver alguma atividade ou fornecimento de algum produto.

Segundo Dornelas (2015), o empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, com a criação de entidades como SEBRAE e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex). O SEBRAE oferece todo o auxílio necessário para aqueles que querem iniciar seus empreendimentos e ajudam também na solução dos problemas que esses empreendedores possam encontrar no dia-a-dia através de cursos e consultorias.

No cenário atual, de acordo com pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, o país está dentre os que mais empreendem no mundo. Segundo informações disponibilizadas pelo IBQP (2014), a taxa empreendedora passou de 23% para 34,5% nos últimos dez anos. A porcentagem representa a parcela da população (na faixa entre 18 e 64 anos) envolvida com um negócio próprio.

De acordo com Dornellas (2015) o surgimento desses empreendimentos gera um impacto bastante positivo na medida em que promove a criação de novos empregos. Essas iniciativas podem ser atribuídas a uma série de fatores a exemplo das dificuldades de alguns conseguirem um trabalho formal que contribui para que busquem diferentes formas de obtenção de renda. Outros acreditam que esse estímulo decorre de mudanças na legislação para os pequenos empreendimentos em 2006. De fato, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, apresenta uma série de vantagens como, por exemplo, a redução de alguns impostos, facilidade da obtenção de créditos e do alvará de funcionamento entre outros.

Para a conceituação do termo empreendedor, houve muitas discussões e divergências acerca da diferenciação com o termo administrador, sobre quais seriam as semelhanças e



diferenças. Segundo Dornelas (2015) o empreendedor tem algumas características e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional. O empreendedor busca constantemente por inovações, possui um comportamento de proatividade, busca participar ativamente do contexto em que está inserido, está sempre motivado com novas ideias, identifica oportunidade e riscos calculados. O empreendedor precisa estar sempre atualizado e sintonizado com o ambiente para que sua ideia tenha alguma aplicabilidade, atendendo às demandas identificadas ou aproveitando alguma variável ambiental que possa surgir no momento, enfim, que tem atitude necessária para empreender.

Quanto às parcerias entre as Universidades e as empresas, observa-se que, segundo Dornellas (2005), de um modo geral, as empresas não buscam as universidades ou institutos de pesquisas para a obtenção de auxílio em suas atividades. Isso pode ocorrer pela falta de informações, pois muitos não sabem que podem contar com esse tipo de apoio. Dornelas (2015) traz como exemplo o Disque Tecnologia que, além de solucionar os problemas das empresas, é uma forma de baixo custo e acessível a qualquer pequena empresa com problemas tecnológicos.

Visando atender as necessidades identificadas após o diagnóstico, que será detalhado mais adiante, o ESTADES (Escritório Técnico de Acolhimento a Demandas e Projetos Sociais) surgiu com a proposta de estabelecer um contato com o entorno e com isso acolher os empreendimentos comerciais e sociais de forma a intervir na realidade local, mobilizando e assessorando os grupos locais identificados. Dentro da proposta do ESTADES foi idealizado, o PAEE (Projeto de Apoio aos Empreendimentos do Entorno) do IFBA (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia), cuja finalidade estabelecer um vínculo entre IFBA e a comunidade, a princípio com foco no entorno. Será efetuado um diagnóstico do contexto local de maneira a obter informações detalhadas sobre a gestão desses empreendimentos, identificando aqueles que necessitam de intervenção em suas atividades seja de produção, comércio ou organizações sociais sem fins lucrativos, auxiliando-os na busca por melhorias e correções dos problemas encontrados.

4. ENFOQUE METODOLÓGICO DA PESQUISA

O bairro do Barbalho, espaço delimitado para a pesquisa, está situado no Centro Histórico de Salvador, primeira capital do Brasil. A região mantém a mesma estrutura do período da colonização. O Elevador Lacerda, um dos principais pontos turísticos da cidade, estabelece uma conexão entre a cidade alta e baixa e do Pelourinho até o Barbalho. Esses locais são conhecidos em todo mundo, pela arquitetura dos casarões antigos, museus e igrejas além das ladeiras que ligam essas localidades.

Por estar localizado na cidade alta, o primeiro local representativo do bairro é o Forte, como é conhecido, segundo Castro (2007), o local foi um dos principais baluartes na expulsão dos holandeses da Bahia no século XVII. Caracteriza-se por ser uma das mais antigas construções onde aconteceram grandes conflitos na busca pela independência do país desde o ano de 1638.

O bairro apresenta como principais vias de acesso a Ladeira da Água Brusca e também pela Ladeira do Arco e do Funil. A região possui os mais variados empreendimentos comerciais, voltados para a comercialização de produtos e algumas empresas que também prestam serviços. São lojas de roupas, supermercados, farmácias, assim como também, distribuidora de água, gráficas, dentre outros.

No que se refere à metodologia, o estudo em questão classifica-se quanto à natureza, de forma qualitativa e quantitativa; quanto aos objetivos, de caráter exploratório e descritivo. O presente estudo foi desenvolvido inicialmente através de uma pesquisa bibliográfica, para compor o referencial teórico, paralelamente a visitas que foram feitas aos estabelecimentos juntamente com os integrantes do ESTADES, a fim de se conhecer a realidade local.

As informações que compõem este artigo foram obtidas através de visitas exploratórias nos empreendimentos estabelecidos no entorno da instituição com aplicação de questionários com os gestores de cada empresa. A pesquisa caracterizou-se pela obtenção de dados primários na medida em que foram coletados diretamente no local de estudo, e dados secundários, pois, foram necessárias informações previamente obtidas em outras fontes atualizadas para composição do aporte teórico e elaboração do questionário.

Os dados obtidos se baseiam em pesquisas, predominantemente, quantitativas em que

foram identificados determinados padrões representados em valores percentuais em ilustrações gráficas. O questionário foi elaborado após adaptações do caderno de questões do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), de maneira a alcançar a maior objetividade, aproveitamento e facilidade na posterior tabulação e interpretação dos resultados.

Inicialmente, foram aplicados modelos com perguntas subjetivas, porém, verificou-se que a interpretação dos dados não seria tão simples quanto um modelo com questões objetivas. Além disso, o modelo inicial não possuía as questões necessárias para a obtenção de um maior detalhamento sobre as empresas pesquisadas. A partir do modelo inicial, foram sugeridas algumas melhorias tais como, reformulação de perguntas, alterações no formato e organização das perguntas em blocos específicos. Esses blocos visavam agrupar as perguntas sobre aspectos operacionais, relacionadas às finanças e voltadas para o mercado e calculados os percentuais das respostas para posterior interpretação dos resultados.

O grupo Questões Caracterização do Empreendimento objetiva a obtenção de informações relacionadas ao número de funcionários, tamanho do empreendimento, tipo de organização, horário de funcionamento, tempo de existência e a descrição dos produtos e serviços ofertados. O grupo Perfil do gestor visa obter informações sobre o perfil do gestor, a formação profissional do gestor, a renda, o tempo de experiência na área e as necessidades de treinamento e consultoria. O grupo referente às Questões de Operacionais tem como finalidade de identificar características relacionadas ao funcionamento do empreendimento a Antecipação a problemas operacionais, tais como produção, atendimento, administração, eficiência e prazo de entrega. O grupo Questões de Finanças identifica aspectos relacionados ao fluxo de caixa, receita total, cálculo de indicadores de desempenho (lucro mensal, margem de contribuição, lucratividade e rentabilidade) e cálculo periódico do lucro. O grupo de Questões de Mercado refere-se a informações de atualização de cadastro de clientes e atendimento das exigências dos clientes, os meios de divulgação utilizados, atualização de cadastro de fornecedores, a visibilidade do empreendimento da comunidade e os principais problemas e desafios. Todos esses ajustes finais possibilitaram uma pesquisa rápida, organizada e de fácil entendimento.

A pesquisa ocorreu no período entre a segunda semana de outubro e a primeira semana de novembro do ano de 2015, perfazendo o total de 43 empreendimentos, desse quantitativo,



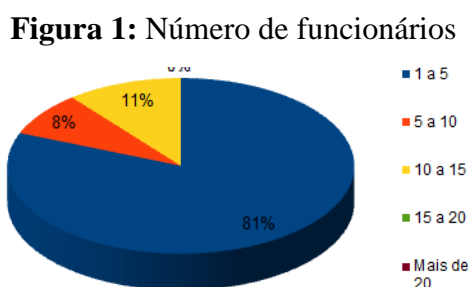
apenas, 38 se disponibilizaram a responder o questionário. No que se refere à tabulação dos dados, foi utilizado uma planilha eletrônica como ferramenta para análise, onde os dados foram analisados de forma quantitativa e qualitativa, a fim de se obter uma melhor compreensão sobre as atividades desempenhadas pelo projeto e bem como a sua integração a referida empresa e seus resultados.

5. DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

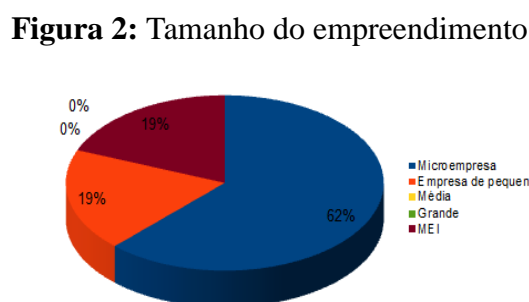
Esta seção discute os resultados obtidos durante o levantamento de dados para o estudo de caso e é composta pelas seguintes seções: 5.1 Caracterização do Empreendimento, 5.2 Perfil do Gestor, 5.3 Questões Operacionais, 5.4 Questões de Finanças e 5.5 Questões de Mercado.

5.1 Caracterização do Empreendimento

O primeiro grupo de perguntas consistia na caracterização dos empreendimentos, como por exemplo, os dados de identificação e caracterização da empresa, produtos e serviços ofertados. Os gestores foram questionados sobre o número de funcionários que possuíam no estabelecimento. Segue a representação gráfica das respostas obtidas:



Fonte: Elaborado pelo autor



Fonte: Elaborado pelo autor

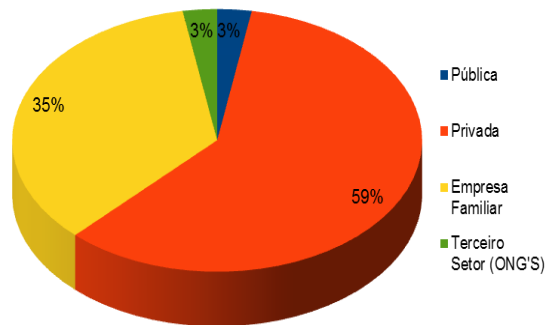
Conforme ilustrado na figura 1, foi constatado que 81% dos empreendimentos possuem de 1 a 5 funcionários apenas, tal quantitativo provavelmente está relacionado ao fato de grande parcela se caracterizar como microempreendimentos, o que corresponde a 62% do total, de acordo com a figura 2. Os restantes dos empreendimentos apresentam apenas de 10 a 15 (11%) e 5 a 10 (8%) funcionários. Constata-se ainda que, nenhuma empresa possui um quantitativo acima de 15 funcionários.

Na análise seguinte foram questionados sobre o tipo de organização, ou seja, como a



empresa se classificava. Segue abaixo o gráfico que representa os dados obtidos:

Figura 3 - Tipo de organização

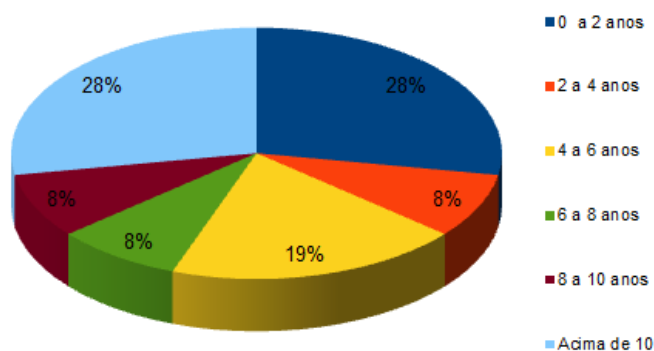


Fonte: Elaborado pelo autor

Como representado na figura 3, verificou-se que, as maiores parcelas são compostas por empreendimentos privados, correspondente a 59% do total e Empresas Familiares, 35%. O restante (6%) representa o quantitativo de empreendimentos públicos e do terceiro setor (3% cada).

Posteriormente, foram questionados sobre o tempo de existência da empresa, segue representação na Figura 4:

Figura 4: Tempo de existência



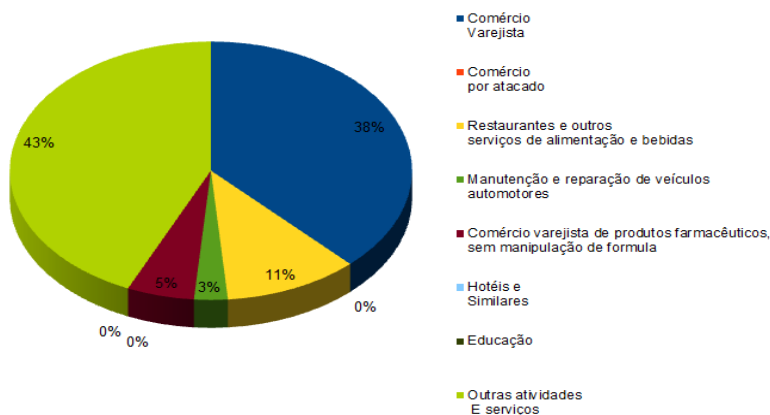
Fonte: Elaborado pelo autor



Identificou-se que, 28% correspondem a empreendimentos que se enquadram no intervalo de 0 a 2 anos, assim como, também, o mesmo percentual representa aqueles que estão no mercado acima de 10 anos. O terceiro maior quantitativo é composto por empreendimentos que estão no mercado no período de 4 a 6 anos. Os que estão no intervalo de 2 a 4 anos, 6 a 8 anos e 8 a 10 anos, representam 8% do total pesquisado.

Os gestores foram questionados também sobre os tipos de produtos e serviços ofertados pela empresa, segue ilustração:

Figura 5 – Descrição dos Produtos e Serviços Ofertados



Fonte: Elaborado pelo autor

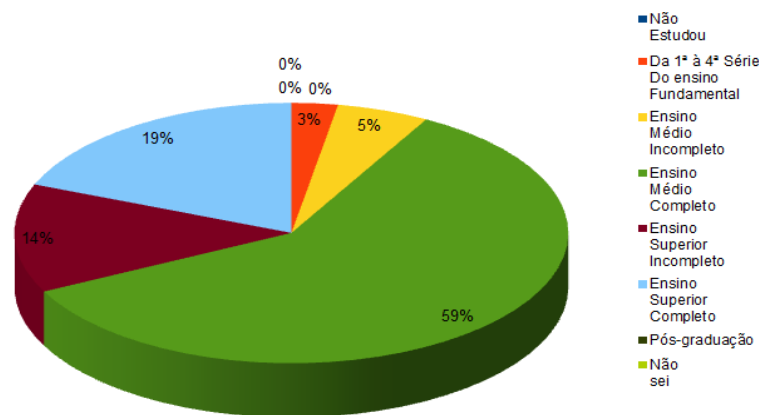
Na região pesquisada, ao se considerar o tipo de produto e/ou serviço ofertado, verificou-se que as atividades são bastante variadas, sendo que esse quantitativo representa 43% do total. São atividades diversas como: confecção de cópias de chaves, *petshops*, gráficas, vendas de produtos artesanais, entre outros. A segunda maior parcela (38%) é representada por empreendimentos enquadrados como comércio varejista, seguindo por restaurantes e outros serviços de alimentação que corresponde a 11% do total. De todas as empresas pesquisadas 89% possui registro.



5.2 Perfil do Gestor

Quando perguntados sobre a sua formação profissional os resultados obtidos foram os seguintes:

Figura 6 - Formação Profissional do Gestor



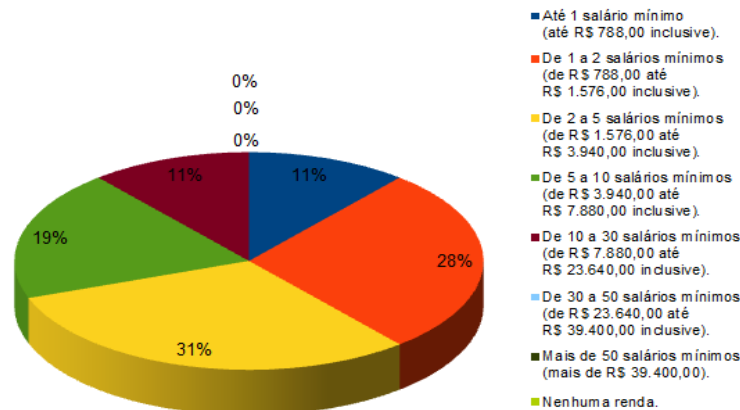
Fonte: Elaborado pelo autor

Verificou-se que 59% dos gestores possuem como formação acadêmica apenas o ensino médio completo e 19% apresenta ensino superior. O restante possui ensino médio incompleto, que corresponde a 14%, e outros possuem somente o ensino médio incompleto e conclusão da 1ª a 4ª série, 5% e 3% respectivamente. É importante ressaltar a importância de oferecer uma boa capacitação profissional a esses empreendedores, visto que muitos demandam conhecimentos específicos em determinadas áreas, principalmente, por serem empreendimentos gerenciados por poucos que não apresentam conhecimentos administrativos, financeiro-contábeis e econômicos.

Os gestores também foram questionados sobre a sua Renda. Segue o gráfico com representação:



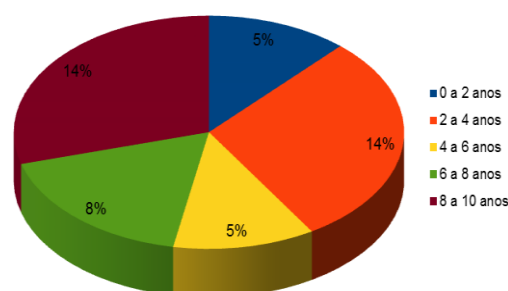
Figura 7 – Renda do Gestor



Fonte: Elaborado pelo autor

A grande parcela (31%) da renda desses gestores está no intervalo de dois a cinco salários mínimos, essa renda razoável pode estar relacionado ao fato de a grande maioria desses estabelecimentos possuírem, apenas, pouco tempo no mercado. Ainda sobre o levantamento das características operacionais da empresa, os empresários foram questionados sobre o tempo de experiência que possuíam na área. Segue a representação:

Figura 8 – Tempo de experiência na área



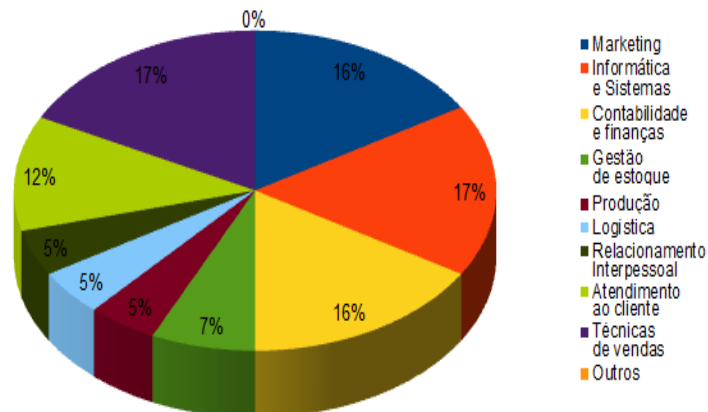
Fonte: Elaborado pelo autor

Constatou-se que, a maioria dos entrevistados apresenta de 2 a 4 anos e 8 a 10 anos atuando nessa área, ambos correspondem a 14 %. Foram levantadas questões de Funcionamento Operacional, e os gestores foram questionados sobre o recebimento de algum tipo de apoio institucional nas atividades da empresa. Muitos informaram que não receberam



auxílio institucional de nenhuma empresa em suas atividades, representando 73% total, enquanto 27 informaram que receberam algum tipo de auxílio.

Figura 9 – Áreas com necessidades de treinamentos e consultorias



Fonte: Elaborado pelo autor

As principais demandas identificadas para futuras intervenções através de treinamentos e minicursos foram: Técnica de vendas e Informática representando o mesmo percentual (17%), posteriormente, o Marketing que correspondeu a 16% e Atendimento ao cliente, 12%.

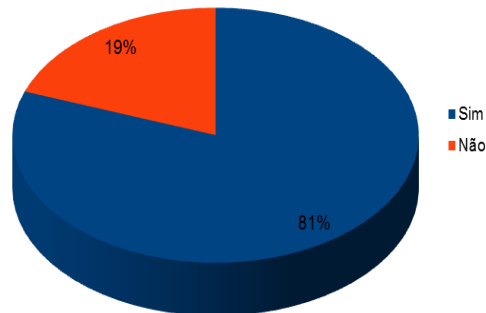
São cargos que demandam conhecimentos em gestão empresarial e, como exposto, foram delimitadas em áreas específicas como, por exemplo, marketing, finanças, vendas entre outras. Essas constatações foram obtidas após levantamento e o diagnóstico das dificuldades identificadas pelos gestores.

5.3 Questões Operacionais

Posteriormente os gestores foram questionados sobre as características gerenciais das empresas. Referente à atuação preventiva aos possíveis problemas operacionais ou de gestão que possam vir a ocorrer, como por exemplo, produção, atendimento, administração, atendimento, eficiência e prazo de entrega seguem os resultados obtidos:



Figura 10 – Antecipação a problemas operacionais (produção, atendimento, administração, eficiência e prazo de entrega)



Fonte: Elaborado pelo autor

Aproximadamente 81% dos gestores entrevistados informaram que se antecipam a possíveis problemas operacionais. Destaca-se a importância de se implementar uma gestão com ações preventivas diante das possíveis falhas operacionais, considerando os fatores citados evitando assim possíveis prejuízos.

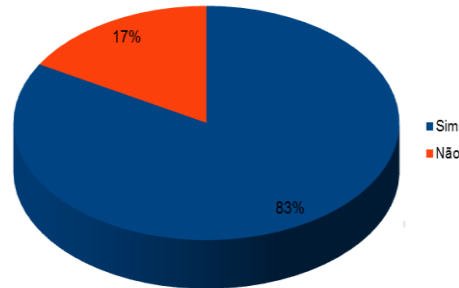
Os gestores também foram questionados sobre a definição de funções dos colaboradores e se existe o compartilhamento dessas informações. Como a maioria dos empreendimentos são classificados como microempreendimentos o número de funcionários tende a ser menor. Uma parcela considerável de 45% informou que apresentam poucos funcionários, não necessitando dessas definições.

Sobre as áreas que acreditam necessitar de treinamentos e consultorias e, dentre as alternativas informadas, seguem os resultados obtidos:

5.4 Questões de Finanças

No momento seguinte foram aplicadas Questões de Finanças sobre os aspectos financeiros, os gestores foram questionados se efetuam atualização no fluxo de caixa. Segue representação gráfica:

Figura 11 – Atualizam o fluxo de caixa

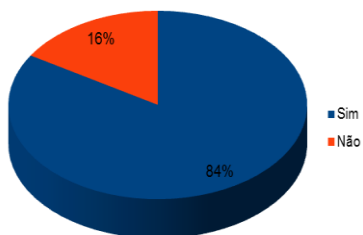


Fonte: Elaborado pelo autor

A grande maioria, que representa 83% do total pesquisado, informou que realiza a atualização do fluxo de caixa periodicamente o restante 17% informou que não o faz.

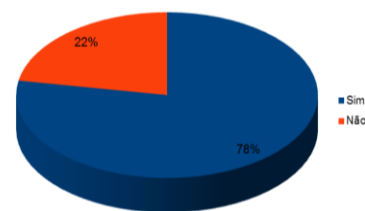
Ainda, com relação às finanças da empresa, os gestores foram questionados se efetuam o Cálculo da Receita Total, Cálculo do Indicador de Desempenho (lucro mensal, a margem de contribuição, a lucratividade e a rentabilidade) e o Cálculo Periódico do Lucro. Seguem as representações gráficas abaixo:

Figura 12 – Cálculo da Receita total



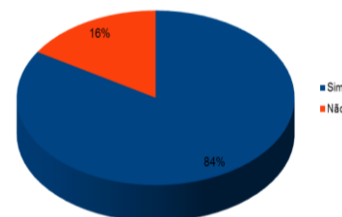
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 13 – Cálculo do indicador de desempenho



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 14 – Cálculo periódico do lucro



Fonte: Elaborado pelo autor



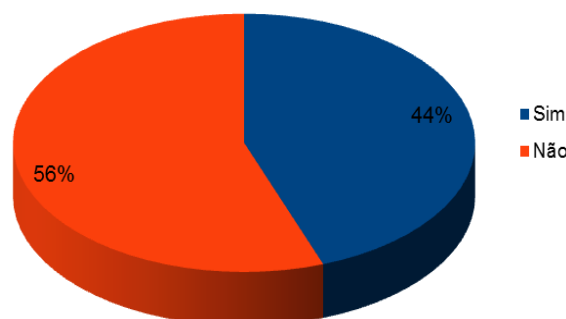
Referente ao Cálculo da Receita Total 84% informou que efetua o cálculo assim como o mesmo quantitativo informou que realiza o Cálculo Periódico do lucro. 78% responderam que também realizam o cálculo do indicador de desempenho.

Foi identificado que alguns não apresentavam conhecimentos muito específicos sobre os aspectos financeiros da empresa, pois demonstraram um pouco de incerteza durante a entrevista.

5.5 Questões de Mercado

No quesito referente a Questões de mercado, foram questionados sobre a existência e atualização de um cadastro de clientes. Segue representação gráfica:

Figura 15 – Atualizam um cadastro de clientes

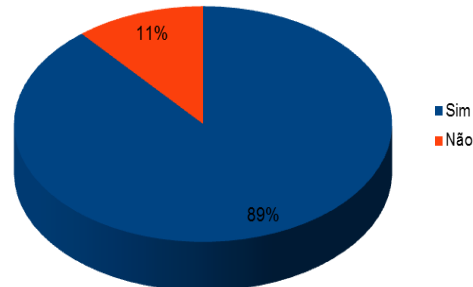


Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme ilustrado na figura 56% informou que não é efetuada nenhuma atualização como ilustrado, em contrapartida 44% informou que sim. Nesse aspecto o quantitativo de empreendimentos que não atualizam um cadastro de clientes é muito representativo, sendo que o contato com o cliente e sua manutenção é de fundamental importância para fidelizá-los e até ampliar o seu quantitativo.

No momento seguinte foram questionados se atendem as exigências desses clientes e se buscam obter informações sobre a satisfação deles, 89% informou que Sim.

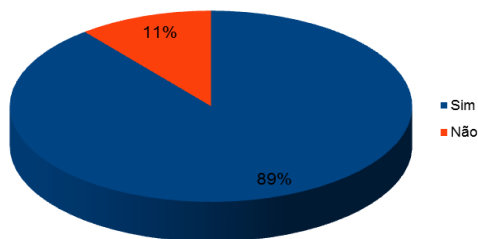
Figura 16 – Atende as exigências dos clientes e preocupa-se em obter informações a respeito da satisfação deles



Fonte: Elaborado pelo autor

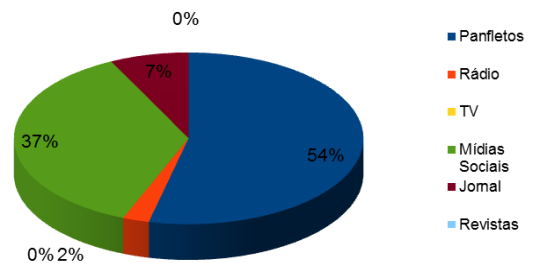
Considerando a divulgação do empreendimento, os gestores foram questionados sobre tal prática e os meios que normalmente utilizam com esse fim. Seguem resultados obtidos em representação gráfica:

Figura 17 – Divulgam o negócio



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 18 – Meios de divulgação mais utilizados

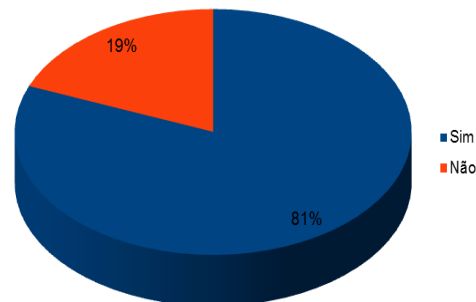


Fonte: Elaborado pelo autor

Foi constatado que a grande maioria que representa 89% do total, busca a divulgação do negócio, sendo que os principais meios utilizados são a distribuição de panfletos (54%), as mídias sociais (37%), uma minoria utiliza jornais (7%) e rádios (2%). Sobre a atualização do cadastro de fornecedores, segue ilustrado no gráfico abaixo:



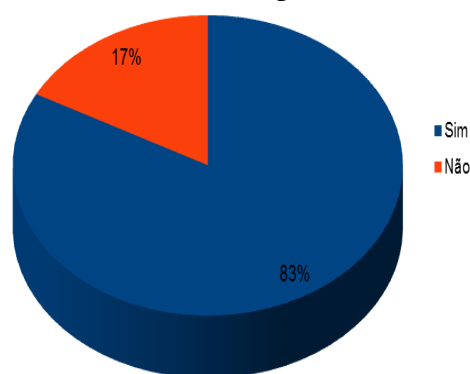
Figura 19 – Atualiza cadastro de fornecedores (preço, condição de pagamento)



Fonte: Elaborado pelo autor

Os gestores foram questionados se possuíam algum controle (planilhas, tabelas) dos preços e das condições de pagamento. 81% dos entrevistados informou que possuíam. Os responsáveis pela organização também foram questionados se acreditavam que seu empreendimento é conhecido na comunidade, a grande maioria (83%) informou que acreditavam que sim, segue ilustração:

Figura 20 – Visibilidade do empreendimento na comunidade

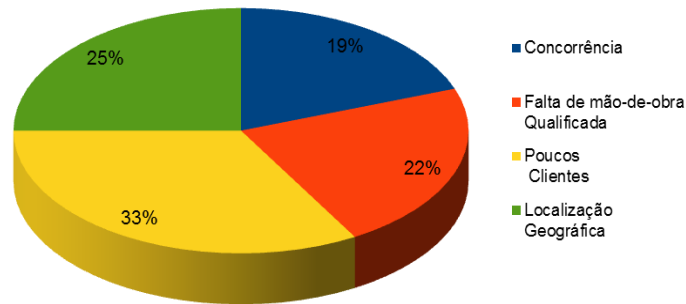


Fonte: Elaborado pelo autor

Quando questionados sobre os principais problemas e desafios encontrados por esses empreendimentos segue a representação gráfica.



Figura 21 – Principais problemas e desafios



Fonte: Elaborado pelo autor

Os gestores informaram que o maior problema é o quantitativo de clientes, considerado insuficiente, que representou 33% do total. O segundo maior problema exposto foi a localização geográfica, que resultou em 25% das opiniões e, em seguida, 22% informaram que a falta de mão de obra também é considerada bastante escassa. Logo, 19% afirmou que a concorrência seria um problema relevante para a empresa.

No que se refere aos principais problemas identificados e os respectivos percentuais quantificados podem ser sugeridas alternativas considerando os meios de divulgação utilizados de maneira a alcançar um maior público, gerando maior visibilidade para o empreendimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa surgiu da possibilidade de se identificar as características e necessidades dos empreendimentos comerciais e sem fins lucrativos situados no entorno do instituto resultando em um diagnóstico para futuras intervenções.

Iniciou-se com a contextualização geral e embasamento teórico e posterior aplicação de questionário com vistas exploratórias nos empreendimentos. A princípio o perfil dos gestores foi analisado (nível de escolaridade, idade, experiência e renda), posteriormente foram questionados com perguntas de cunho operacional, questões sobre as finanças, sobre o mercado no qual a empresa está inserido..

A estimativa inicial foi de alcançar no mínimo 43 empreendimentos, porém apenas 38 se disponibilizaram a responder. Com esses dados foi realizada a tabulação de todas as informações, com a utilização de planilhas eletrônicas, que resultou na elaboração de gráficos ilustrativos com os resultados obtidos.

Através da consolidação dos dados foi possível obter uma visão geral das principais demandas por treinamentos e/ou consultorias e suas respectivas áreas. Grande percentual das empresas enquadra-se como microempreendimentos com poucos funcionários cujo tempo de existência é variável. São empresas caracterizadas como comércio varejista e prestadores de serviços. Não existe um acompanhamento das ações dos concorrentes diretos e indiretos e um pouco de descaso quanto a elaboração de pesquisas de satisfação dos clientes. Carecem de sistemas de informação para registro e controle dos dados e informações, além disso, possuem conhecimentos insuficientes sobre operações financeiras relacionadas à gestão do empreendimento.

Enfim, com base no estudo foram obtidas as principais deficiências gerenciais dos empreendimentos e identificados os pontos de intervenções futuras a serem propostas pela instituição por intermédio do projeto ESTADES (Escritório Técnico de Acolhimento a Demandas e Projetos Sociais) e da Empresa Júnior de Administração. Com essas demandas identificadas serão propostos cursos e treinamentos de capacitação específicos considerando as áreas apontadas.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Bráulio S. Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas – Quais os principais desafios? Disponível em: <<http://www.ibahia.com/>> Acesso em 15 de Dezembro de 2015.

CASTRO, Zezão. Um bairro que é pura história.
Disponível em: <<http://atarde.uol.com.br/>> Acesso em 28 de Dezembro de 2015.

CONHEÇA SALVADOR DA BAHIA
Disponível em: <<http://www.salvadorbahia.org/>> Acesso em 28 de Dezembro de 2015.

CULTURA – Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/cultura/>> Acesso em 25 de Janeiro de 2016;

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

IBPT (Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação)
Disponível em: <<http://www.ibpt.com.br/>> Acesso em 16 de Dezembro.

IBQP - INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE
Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/>> Acesso em 15 de Dezembro.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: Um conceito Antropológico. 27 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

LACERDA, Daniel Pacheco *et al.* Negócio a negócio - Caderno de ferramentas do SEBRAE. Brasília: i-comunicação, 2012.

PAULA, Juarez de. Desenvolvimento Local: Como fazer? Brasília: SEBRAE, 2008.

PORTAL BRASIL. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/>> Acesso em 15 de Dezembro de 2015.

SECRETARIA DA CULTURA - Bahia Criativa promove atividades de formação e consultorias gratuitas em agosto. Disponível em: <<http://www2.cultura.ba.gov.br/>> Acesso em 18 de Março de 2016.

ROCHA, J.M. O local e o Global: Conceitos e Tendências do Ciberjornalismo Regional de Dourados
Disponível em: <<http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/8/12.pdf>> Acesso em 17 de março.

SALVADOR - CULTURA TODO DIA. Disponível em:

<<http://www.culturatododia.salvador.ba.gov.br/>> Acesso em 24 de Novembro.

TUREK, Cris. Glocal, sabe o que significa ?. Disponível em:
<http://www.viladoartesaio.com.br/>. Acesso em 25 de Janeiro de 2016.

VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval. Economia Micro e Macro. 4.ed. São Paulo:
Atlas, 2006. p.403.