



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

CARLOS HENRIQUE GONÇALVES DOS SANTOS

**DIAGNÓSTICO DE GESTÃO DAS EMPRESAS ATENDIDAS PELO
NEGÓCIO A NEGÓCIO (NAN), NAS MALVINAS,
CAMPINA GRANDE - PB**

**CAMPINA GRANDE - PB
2014**

CARLOS HENRIQUE GONÇALVES DOS SANTOS

**DIAGNÓSTICO DE GESTÃO DAS EMPRESAS ATENDIDAS PELO NEGÓCIO A
NEGÓCIO (NAN), NAS MALVINAS, CAMPINA GRANDE - PB**

Trabalho de conclusão de curso
apresentando ao Curso de Graduação
Bacharelado em Administração da
Universidade Estadual da Paraíba,
em cumprimento à exigência para
obtenção do grau de Bacharel em
Administração.

Orientadora: Prof^a.MSc.VilzaMaria
Batista

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S237d Santos, Carlos Henrique Gonçalves dos
Diagnóstico de gestão das empresas atendidas pelo negócio a
negócio(NAN), nas Malvinas, Campina Grande - PB. [manuscrito]
/ Carlos Henrique Goncalves dos Santos. - 2014.
23 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Profa. Me. Vilza Maria Batista, Departamento
de Administração".

1.Micro empresas. 2. Empreendedores individuais. 3.Gestão
de empresas. 4. Empreendedorismo. I. Título.

21. ed. CDD 650.1

CARLOS HENRIQUE GONÇALVES DOS SANTOS


**DIAGNÓSTICO DE GESTÃO DAS EMPRESAS ATENDIDAS PELO NEGÓCIO A
NEGÓCIO (NAN), NAS MALVINAS, CAMPINA GRANDE - PB**

10,00
(Des)
Paul

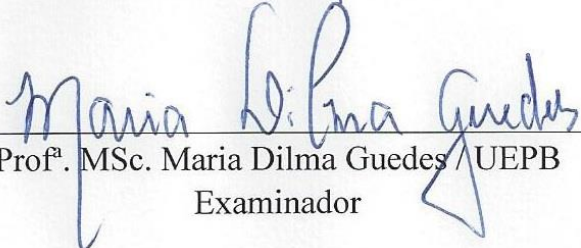
Trabalho de conclusão de curso apresentando ao Curso de Graduação Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª. MSc. Vilza Maria Batista

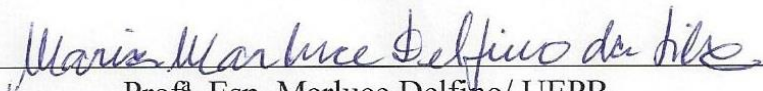
Aprovado em 28/11/2014.



Prof^ª. MSc. Vilza Maria Batista / UEPB
Orientadora



Prof^ª. MSc. Maria Dilma Guedes / UEPB
Examinador



Prof^ª. Esp. Marluce Delfino / UEPB
Examinador

DIAGNÓSTICO DE GESTÃO DAS EMPRESAS ATENDIDAS PELO NEGÓCIO A NEGÓCIO (NAN), NAS MALVINAS, CAMPINA GRANDE –PB

*SANTOS, Carlos Henrique Gonçalves dos*¹
*BATISTA, Vilza Maria*²

RESUMO

Com o passar dos anos o número de pequenos negócios no Brasil vem aumentando gradativamente, sendo esses empreendimentos de fundamental importância para o desenvolvimento econômico do país, representando mais da metade dos postos de trabalho. Infelizmente, devido a falta de qualificação de alguns gestores, o índice de mortalidade dessas empresas é bastante elevado. Este estudo teve como objetivo identificar os desafios de gestão enfrentados pelos empreendedores do bairro das Malvinas. Realizou-se uma pesquisa exploratória descritiva, utilizando-se um método quantitativo por meio de um questionário aplicado a 100 empreendedores, caracterizando desta forma, uma amostra probabilística do tipo intencional. Os resultados revelam que as três áreas de gestão analisadas (Finanças, Mercado e Operacional), mostram algumas dificuldades de gestão, com um melhor resultado para a parte operacional, onde alguns itens conseguem mostrar um bom nível de eficiência, seguida da área de Mercado, com diversos itens deficientes, e a área mais preocupante é a das Finanças, onde verificou-se que os gestores deixam de realizar tarefas simples de controle, o que inviabiliza o gerenciamento desses empreendimentos de forma eficiente. A qualificação dos gestores através de palestras, cursos, oficinas e outros meios, podem levar a uma melhora considerável na qualidade da gestão dessas empresas.

PALAVRAS CHAVES: Micro Empresas. Empreendedores Individuais. Gestão.

1INTRODUÇÃO

Começar um novo empreendimento e passar de empregado a patrão é o sonho de milhões de brasileiros. Porém muitos não sabem a realidade do que realmente é ser dono de um próprio negócio. Passam a vida achando que ser dono implica em menos trabalho e mais dinheiro.

A obstinação dos empreendedores em gerar novos negócios e produtos faz com que as pequenas empresas e os micros empreendedores movam a economia do país, gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento da região onde estão inseridas. Entretanto, muitos desses empreendimentos são geridos por pessoas que não estão preparadas para crescerem e se solidificarem no mercado. De acordo com Chiavenato (2008, p. 15), “nos novos negócios, a mortalidade prematura é elevadíssima, pois os riscos são inúmeros e os perigos não faltam”.

A realidade é bem diferente da imaginada por muito desses empreendedores e a falta de qualificação acaba por dificultar a sobrevivência das empresas, mesmo que ela seja de pequeno porte.

¹Graduando em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: caikcg@gmail.com

² Profa. Orientadora. Mestre em Administração pela UFPB. E-mail: vilzamb@hotmail.com

No Brasil, os pequenos negócios empresariais são formados pelas Micro e Pequenas Empresas (MPes) e pelos Micros Empreendedores Individuais (MEIs).

De acordo com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), são constituídos no Brasil mais de 1 milhão de novos empreendimentos formalizados por ano, desse total, mais de 99% se enquadram como micro e pequenas empresas e Empreendedores individuais (EI).

O SEBRAE (2014), afirma que no Brasil existem atualmente aproximadamente 6,4 milhões de estabelecimentos. Desse total, 99% são Micro e Pequenas Empresas (MPes). As MPes respondem por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado (aproximadamente 16,1 milhões).

O Portal do Empreendedor (2014), informa que no Brasil existem cerca de 4 milhões de MEIs.

A geração de empregos no Brasil é determinada por esses segmentos de empresa, sendo responsáveis por mais da metade dos empregos com carteira assinada do Brasil. Se somarmos a isso a ocupação que os empreendedores geram para si mesmos, pode-se dizer que os empreendimentos de micro e pequeno porte são responsáveis por, pelo menos, dois terços do total das ocupações existentes no setor privado da economia. (SEBRAE, 2014).

Na tentativa de obter sucesso em seus empreendimentos, os empreendedores precisam ter uma visão inovadora, observar as oportunidades, saber à hora certa de fazer a coisa acontecer. Ele deve ser capaz de fazer algo novo, com diferencial ou acrescentar valores para algo que já exista.

A sobrevivência desses empreendimentos é condição indispensável para o desenvolvimento econômico do País. A taxa de sobrevivência vem aumentando nos últimos anos, resultado de esforços de órgãos como o SEBRAE, que trabalham buscando ações que melhoram o ambiente na qual as empresas estão inseridas e com atendimentos personalizados de acordo com a necessidade de cada organização. (SEBRAE, 2014)

As dificuldades na gestão desses empreendimentos são as maiores causas dessa alta taxa de mortalidade. A falta de planejamento, de recursos, de conhecimento de mercado, entre outros, são muitas vezes ignorados por parte desses empreendedores, tendo em vista que muitos começam seus empreendimentos por necessidade e não apenas por ver naquele mercado uma oportunidade.

Sendo assim, percebe-se o interesse em desenvolver tal estudo. Tendo-se o seguinte problema de pesquisa: **Quais os desafios de gestão das empresas atendidas pelo NaN no bairro das Malvinas em Campina Grande-PB?**

Diante dessa constatação surgiu a possibilidade de pesquisar o tema em questão com empreendedores participantes do projeto Negócio a Negócio (NAN) do SEBRAE. O estudo tem como objetivo geral identificar os desafios de gestão das empresas atendidas pelo NAN nas Malvinas em Campina Grande.

O presente artigo dispõe da seguinte estrutura: Referencial Teórico, Caracterização do Objeto de Estudo, Referencial Metodológico, Análise dos Resultados, Considerações Finais e Referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

O conceito de empreendedorismo é muito amplo e não é um assunto novo ou um simples modismo, mas é um termo que se torna cada vez mais presente em diversos estudos resultando em vários conceitos e definições de acordo com a abrangência e o seu objeto de estudo.

Existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações trabalhando juntas para implementar uma ideia por meio da aplicação de criatividade, capacidade de transformação e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de risco (BOM ANGELO, 2003, p. 25).

Segundo SEBRAE (2009), o “empreendedor” tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas. A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades e a preocupação sempre presente com a melhoria do produto. Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades.

O empreendedorismo é basicamente dividido em dois tipos, o empreendedorismo de oportunidade e o empreendedorismo de necessidade. Segundo Dornelas(2005), o empreendedorismo de oportunidade é aquele em que o empreendedor visionário, planeja previamente antes de criar uma empresa, tendo em mente aquilo que quer buscar e aonde quer chegar, visando à geração de lucros, empregos e riquezas. Já o empreendedorismo de necessidade, geralmente ocorre quando o empreendedor por falta de opção, desemprego ou a falta de alternativas de trabalho se aventura em uma jornada empreendedora.

O ser empreendedor não necessariamente é o dono do negócio, o termo “entrepreneur” é usado por alguns autores para identificar, por exemplo, um funcionário de uma organização que demonstra o espírito empreendedor com ideias e soluções inovadoras.

2.2.AS PEQUENAS EMPRESAS E OS EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

As pequenas empresas e os empreendedores individuais têm representação significativa na economia brasileira e mundial. A existência de um grande número de pequenas empresas na economia leva à menor concentração de mercado, proporcionando melhor distribuição de renda, favorecendo a estabilidade social e política, além de absorver mão-de-obra não qualificada reduzindo a imigração inter-regional e conseqüentemente o índice de desemprego.

De acordo com o SEBRAE (2011), “as pequenas empresas são responsáveis pelo segmento de economia com maior potencial de expansão do nível de ocupação das pessoas e do emprego”. As pequenas empresas começaram a ser vistas como elementos de fundamental importância para a economia, a partir do momento em que os meios de comunicação começaram a bater na tecla do desemprego e acabaram reforçando o expressivo número de mão-de-obra empregada nesse tipo de organizações (SOUZA, 2008).

Apesar de serem menos dotadas de recursos humanos, tecnológicos e financeiros em relação às grandes empresas, as pequenas empresas apresentam características peculiares, inerentes à sua estrutura e ao seu porte, diferenciando-se das grandes empresas. De acordo com Olave e Amato Neto (2005), as empresas de menor porte, devido à grande concentração do poder nas mãos do proprietário ou administrador, respondem rápida e eficientemente às mudanças e as decisões podem ser tomadas de forma ágil e flexível. Além de apresentarem vantagens de inovação e flexibilidade.

Amato Neto (2000) afirma que as pequenas empresas devem superar inúmeras dificuldades e problemas, tanto de ordem financeira como tecno-organizacional e gerencial, para que possa tornar-se viável e competitiva. A gestão da pequena empresa está atrelada ao perfil de seu gestor, que, em virtude do tamanho da empresa e de seu estilo próprio, acaba dificultando o desenvolvimento de outras práticas que não aquelas conhecidas e adotadas por ele desde a criação da empresa. Isto acontece porque as empresas são predominantemente familiares, fundadas com métodos intuitivos e dissociadas dos princípios modernos de gestão competitiva. Onde inexistente o planejamento de mercado, operacional e financeiro, embora a concorrência se dê por intermédio do preço.

Matias e Lopes (2002) apontam que o principal ponto fraco das pequenas empresas é a má administração, responsável por mais de 90% dos fracassos. Segundo esses autores, o fato da administração das pequenas empresas estarem nas mãos de poucas pessoas e estas, por sua vez, desconhecerem os princípios de administração e seus instrumentos básicos de gestão, causa a sua mortalidade.

Essa questão da mortalidade das pequenas empresas no Brasil deve-se a vários fatores. Entre eles, o panorama gerencial dessas empresas, que aparenta ser crítico no que se refere à capacidade de obtenção e uso de instrumentos de gestão (LIMA; BEHR, 2000).

De acordo com Chiavenato (2008, p. 15), “nos novos negócios, a mortalidade prematura é elevadíssima, pois os riscos são inúmeros e os perigos não faltam”.

Segundo Mayer (2004), o brasileiro tem no seu perfil a maioria das características necessárias para abrir um negócio, como coragem, disposição, persistência e dinamismo. Entretanto, lhe falta desenvolver capacidades importantes para o gestor, tais como liderança de equipe, planejamento, capacidade de controle, de avaliação, de tomada de decisão e de inovação, de pensar novas soluções e estratégias para surpreender mercados. O aprendizado formal é necessário, também, para despertar os talentos.

2.3 GESTÃO

É de senso comum que para um empreendedor obter sucesso, ele deve ter conhecimento e habilidades mínimas em relação à gestão.

De maneira simplória Gestão são os meios ou formas de gerenciar uma organização, são as práticas e métodos que um administrador aplica em sua empresa para a resolução de problemas e alcance dos objetivos empresariais.

O assunto Gestão torna-se amplo quando este passa a ser dividido em subgrupos, como por exemplo, Gestão Financeira, Gestão de Mercado, Gestão da Produção, entre outros. De modo Geral a pessoa responsável pela Gestão da empresa deve padronizar e determinar modelos de ações a serem aplicados no dia a dia de trabalho de todos os departamentos, além de controlar os resultados e sugerir ações corretivas e preventivas quando necessário, utilizando as Ferramentas de Gestão.

O conhecimento e o equilíbrio entre as áreas de mercado, financeiro e produtivo são essenciais para uma boa gestão da empresa, tendo em vista que o Gestor necessita envolver em um ciclo, todas as áreas de uma empresa.

2.3.1 Gestão das Finanças

Dispor de informações precisas e atualizadas é fundamental para uma correta tomada de decisões. Especialmente quando a questão envolve a área financeira de uma empresa. Relatórios gerenciais são uma dessas armas importantes para o empresário medir periodicamente a saúde contábil do seu negócio.

Segundo o SEBRAE, para uma boa Gestão Financeira das empresas, é necessário ir além dos controles internos. Desta forma, também devem ser feitos análises, diagnósticos, e o acompanhamentos financeiros que possibilitem ao proprietário a visão do desempenho econômico atual da empresa.

A administração financeira lida com as obrigações do administrador financeiro na empresa. Os administradores financeiros gerenciam ativamente as questões financeiras de muitos tipos de negócios – financeiros e não financeiros, privados e públicos, grandes e pequenos, com ou sem fim lucrativo. Eles trabalham em tarefas financeiras tão variadas como planejamento, concessão de crédito para clientes, avaliação de investimento, assim como meios de obter recursos para financiar as operações da empresa (GITMAN, 2001, p. 3).

A gestão financeira é um instrumento não só eficiente, mas sim eficaz na busca por resultados positivos. Trata-se, enfim de um conjunto extenso de fatores que podem influenciar as decisões das empresas. O administrador ou gestor financeiro deve planejar cuidadosamente cada ação dentro da empresa, visto que qualquer passo dado fora de suas condições reais pode levar a empresa a uma dificuldade financeira e influenciar negativamente as outras áreas da gestão.

2.3.2 Gestão de Mercado

Conhecer o Mercado onde se atua ou se pretende atuar é essencial para definir as estratégias da empresa.

O Gestor deve conhecer bem as características dos seus clientes, suas necessidades, desejos, poder de compra, entre outras características, para que possa ofertar seu produto ou serviço da maneira mais adequada possível a atender aos anseios do mercado.

Dentro desse parâmetro pode-se citar o Marketing de Relacionamento como uma ferramenta na melhoria das relações de uma empresa.

De acordo com Kotler e Armstrong (1998, p. 397), o marketing de relacionamento é o ato de “criar, manter e acentuar sólidos relacionamentos com os clientes e outros públicos”. O relacionamento com fornecedores também tem um papel de fundamental importância para o bom desempenho da empresa, devem ser vistos como parceiros, mas, geralmente não recebem a atenção merecida por parte dos empresários.

2.3.3 Gestão Operacional

É comum, logo após algum sucesso, ou mesmo após um crescimento planejado ou não, o aparecimento de problemas operacionais, processos confusos e divergências de interesses entre os setores de uma organização, ocasionados até mesmo por falta de treinamento. Esses desacertos de processos podem gerar resultados negativos, comprometendo com isso, não apenas o quadro de colaboradores (clientes internos), bem como o atendimento dos interesses dos (clientes externos) a fonte de receita da empresa. Os resultados negativos começam a se acumular e os conflitos geram desagregação entre as equipes, que por finalidade, deveriam atuar em sintonia e em busca dos resultados positivos almejados.

Segundo Barros Neto (2002, p. 87), planejar, consiste basicamente no estabelecimento do que fazer, quando fazer, como fazer, quem fazer e em que sequência fazer. Fazer planos está presente no dia a dia de qualquer ser humano, embora não de forma estruturada, como se faz necessário quando está em jogo o futuro da organização.

Os processos operacionais de uma empresa sempre podem ser melhorados e tornarem-se mais eficientes, seja na fabricação de um produto ou na prestação de serviços.

O processo produtivo de uma empresa geralmente é o primeiro a ser pensado principalmente quando se fala em empresas de pequeno porte, pois geralmente os seus proprietários já trazem alguma experiência produtiva ou um conhecimento um pouco mais aprofundado na área.

É importante aplicar a qualidade aos processos, o que requer muito trabalho e atenção. É um processo progressivo e contínuo, pois a todo o momento, busca-se a excelência, identificando melhorias e formas mais inovadoras de realizar o que é necessário, atuando como diferenciais competitivos e meios de se diminuir custos.

Definir responsabilidades e funções dos funcionários ajuda a melhorar o fluxo do trabalho já que cada um saberá o que fazer no processo produtivo.

Controlar o estoque e mantê-lo sempre adequado as necessidades produtivas ajuda a diminuir custos e faz com que a empresa tenha sempre o estoque em níveis adequados de trabalho para poder cumprir com suas obrigações perante aos seus clientes.

É importante que o empreendedor tenha uma visão antecipada a possíveis problemas operacionais como falta de matéria prima, feriados, manutenções em equipamentos, entre fatores que possam prejudicar o processo produtivo.

3 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

3.1 SEBRAE E O PROGRAMA NEGÓCIO A NEGÓCIO (NAN)

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), é um serviço social autônomo, parte integrante do Sistema S que objetiva auxiliar o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, estimulando o empreendedorismo no país. Entidade privada sem fins lucrativos criada em 1972 com a missão de promover a competitividade e o desenvolvimento das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo. Atuando também com foco no processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, feiras e rodadas de negócios.

Além do trabalho de consultoria aos empresários no que tange a diversas questões como Abertura de Empresas, Formação de Preço de Venda, Administração Financeira, Recursos Humanos, entre outros, o SEBRAE também possui diversos projetos especiais como, por exemplo, o NaN.

O foco do SEBRAE está no empreendedorismo, de modo que a maioria de suas ações visa o estímulo à auto sustentabilidade das pessoas e comunidades.

Os instrutores do SEBRAE percorrem o país orientando empresários, artesãos ou classes de trabalhadores (costureiras, produtores de leite, entre outros) na criação de cooperativas e associações.

O Negócio a Negócio é um programa gratuito de atendimento e orientação empresarial que oferece diagnósticos e recomendações para micro empreendedores individuais e donos de microempresas. Auxiliando nas principais dificuldades que eles encontram no dia-a-dia da gestão de seus negócios.

Por meio do programa, um Agente de Orientação Empresarial realiza um atendimento individual através de visitas as empresas e aplica um diagnóstico de gestão básica, que abrange questões de mercado, finanças e operação. Em seguida sugere soluções para melhoria do negócio.

Esse atendimento individualizado é especialmente dedicado aos empreendedores que não buscam o SEBRAE e suas soluções, seja por dificuldade de acesso, falta de informação ou por causa do excessivo compromisso com sua empresa, o que dificulta o deslocamento e o contato. Por isso, por meio do programa, o conhecimento acumulado e oferecido pelo SEBRAE chega a um grande número de empresários que, de outra forma, não teriam acesso à solução.

O Negócio a Negócio já atendeu mais de um milhão de empreendedores individuais e microempresas em todo o país. O programa começou no segundo semestre de 2009 e hoje é um dos instrumentos mais importantes do SEBRAE para o atendimento presencial.

No bairro das Malvinas em Campina Grande, o programa já atendeu a mais de 300 empreendimentos entre ME's e MEI's, o que representa uma quantidade de atendimento maior do que a de muitas cidades de pequeno porte.

4 REFERENCIAL METODOLÓGICO

Esta pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com uma abordagem quantitativa. Segundo Gil (2008) uma pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar mais familiaridade com o problema, podendo envolver no levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado.

Para Gil (2008) uma pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de determinadas populações ou fenômenos.

A abordagem utilizada no presente trabalho é do tipo quantitativo, pois, através de um questionário com perguntas fechadas e elaboradas por consultores do SEBRAE, pretende-se analisar o respondente utiliza-se de forma satisfatória de determinada comportamento gerencial através de respostas específicas.

No primeiro momento, o método utilizado para coleta de dados foi o indireto através de pesquisas bibliográficas em livros, artigos científicos e sites da internet como o objetivo de permitir um embasamento teórico para balizar o tema em análise.

Posterior à pesquisa bibliográfica, realizou-se um estudo de campo com os empreendedores do bairro das Malvinas em Campina Grande-PB, abordando a temática da Gestão. Objetivando um resultado satisfatório no resultado da pesquisa em estudo, o instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário elaborado pelo SEBRAE composto por 23 questões, dividido em 4 partes: a primeira contendo o perfil dos pesquisados; na segunda parte do questionário, 8 questões que referem-se a área das “Finanças”, na terceira parte 10 questões referindo-se ao “Mercado” e na quarta e última 5 questões que referem-se a parte “Operacional”. Todas estruturadas de acordo com a escala de Likert para indicar o grau de utilização de tal prática ou ferramenta administrativa. Assim sendo, Nível Avançado (quando há relatos e evidências visuais, como anotações, documentos, registros...), nível Intermediário (quando existem apenas relatos) e Nível baixo (quando o empreendedor assume que não utiliza determinada prática ou ferramenta administrativa).

O SEBRAE possui em seus registros aproximadamente 700 empresas apenas no bairro das Malvinas (que podem sofrer variações todos os dias devido a abertura e ao fechamento de empresas), todas se enquadrando no perfil de MEI ou ME.

Utilizou-se na pesquisa uma amostragem com 100 empresas, o que corresponde a aproximadamente 14,3 % do total de empreendimentos.

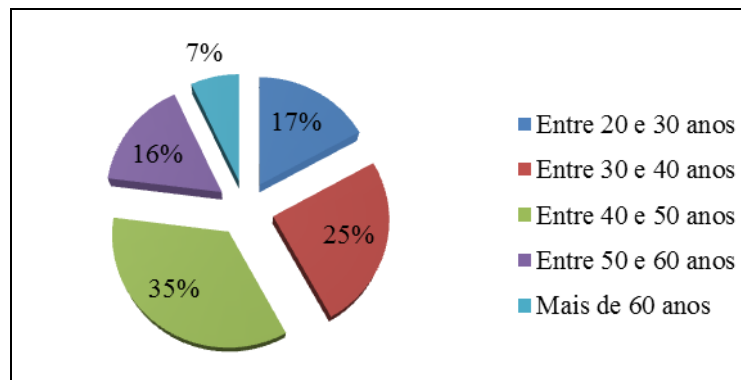
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

5.1.1 Faixa Etária

Na primeira etapa da pesquisa foi preenchida uma ficha com os dados e características dos empreendedores com foco na faixa etária, gênero, escolaridade e classificação do empreendimento.

Gráfico 1



Faixa Etária

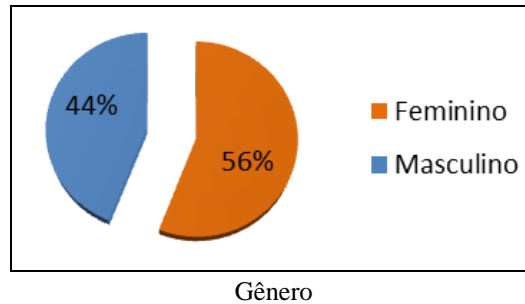
Fonte: Autoria própria, pesquisa direta (2014)

Na primeira etapa da pesquisa foi preenchida uma ficha com os dados e características dos empreendedores com foco na faixa etária, gênero, escolaridade e classificação do empreendimento.

No gráfico 1 verificamos a faixa etária, onde constata-se que 35% dos pesquisados têm idade entre 40 e 50 anos; 25% entre 30 e 40 anos; 17% entre 20 e 30; 16% entre 50 e 60, e apenas 7% com idade acima de 60 anos. Nota-se que entre 30 e 50 anos existe uma incidência maior de empreendedores, que pode ser explicada devido a o empreendedor já possuir alguma experiência no mercado de trabalho e então resolve tentar seu sustento com um empreendimento próprio.

5.1.2 Gênero

Gráfico 2



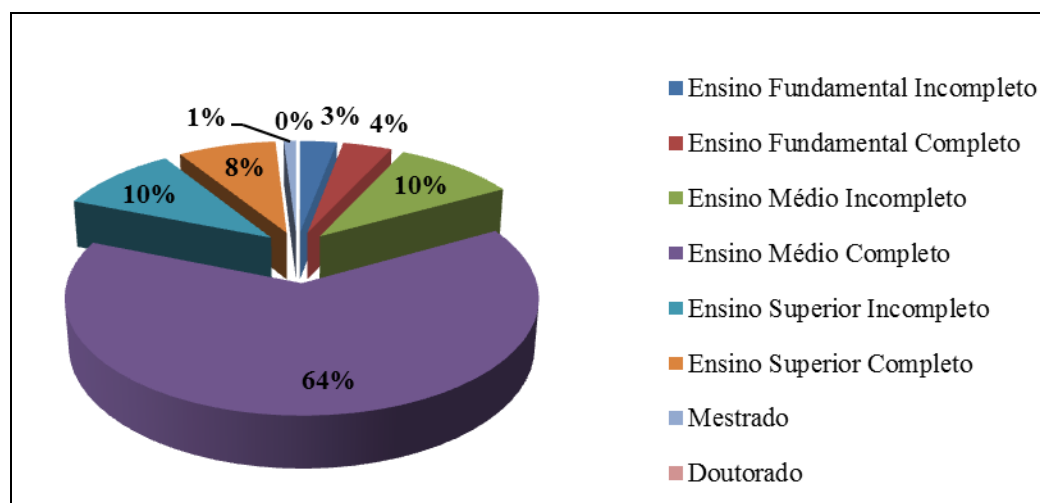
Fonte: Autoria própria, pesquisa direta (2014)

No segundo gráfico verifica-se que, 56% dos empreendedores são do gênero feminino e consequentemente 44% do gênero masculino.

Essa pequena diferença pode ser explicada devido ao fato de que em muitos dos casos, as mulheres desenvolvem atividades empreendedoras que podem ser conciliadas com suas atividades domésticas, como por exemplo, venda de cosméticos, manicure, salão de beleza, entre outras. E os devidos esposos, possuem outras atividades remuneradas.

5.1.3 Escolaridade

Gráfico 3



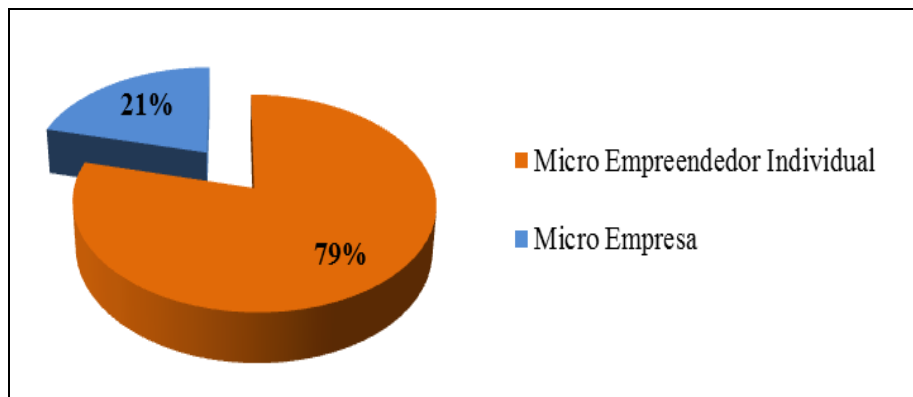
Formação Acadêmica

Fonte: Autoria própria, pesquisa direta (2014)

No gráfico acima se verifica que 64% dos empreendedores possuem apenas o ensino médio completo; 10% o médio incompleto; 10% o ensino superior incompleto; 8% o superior completo; 4% o fundamental completo; 3% o fundamental incompleto; apenas 1% o mestrado, e nenhum possuem doutorado.

5.1.4 Tipo de Empreendimento

Gráfico 4



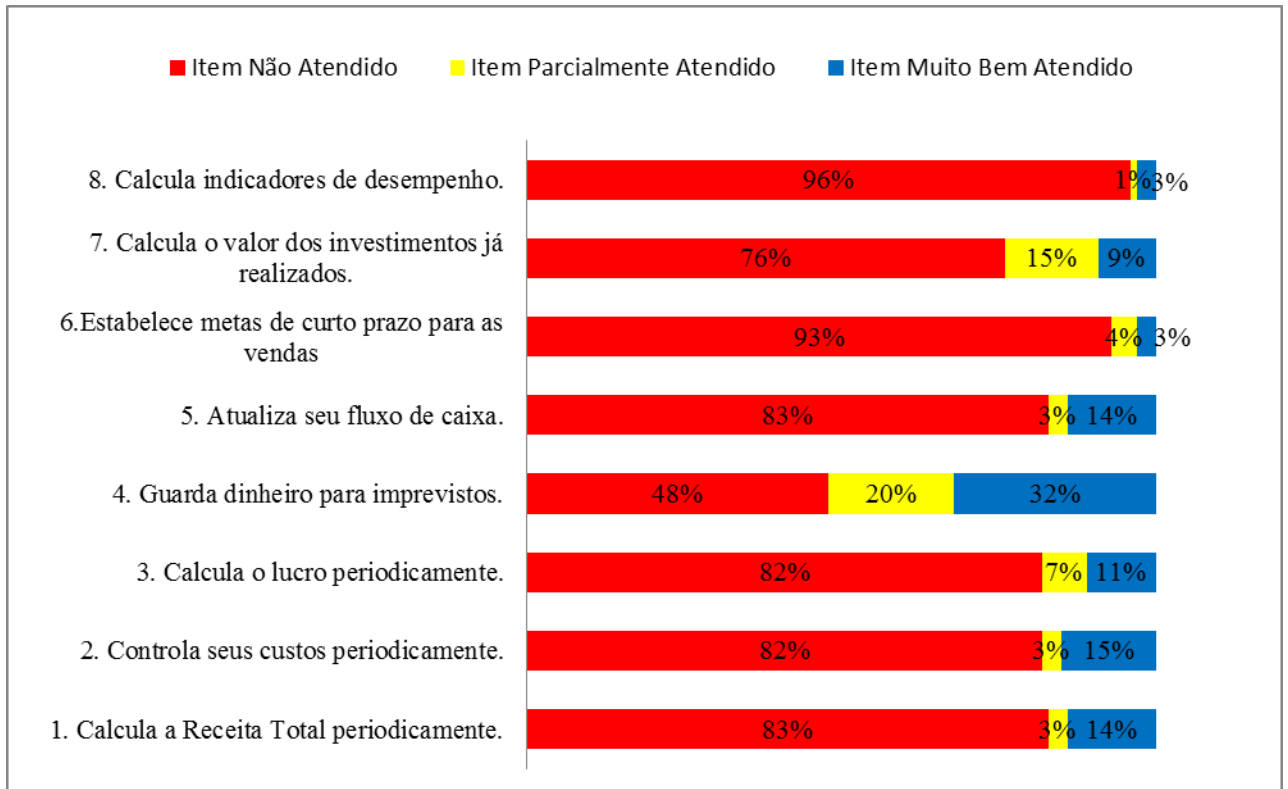
Tipo de Empreendedor

Fonte: Autoria própria, pesquisa direta (2014)

No gráfico acima temos os tipos de empreendimentos pesquisados onde 79% são MEI e 21% ME. Esse número elevado de MEI's, revela que as pessoas estão aderindo em bom número a formalização devido as suas vantagens, como por exemplo, a contribuição ao Instituto Nacional de Seguro Social (INSS), maior facilidade na obtenção de crédito, participar de licitações, possibilidade de oferecer seus produtos ou serviços a empresas e instituições públicas que exijam emissão de notas fiscais, entre outras.

5.2. Gestão Financeira

Gráfico 5



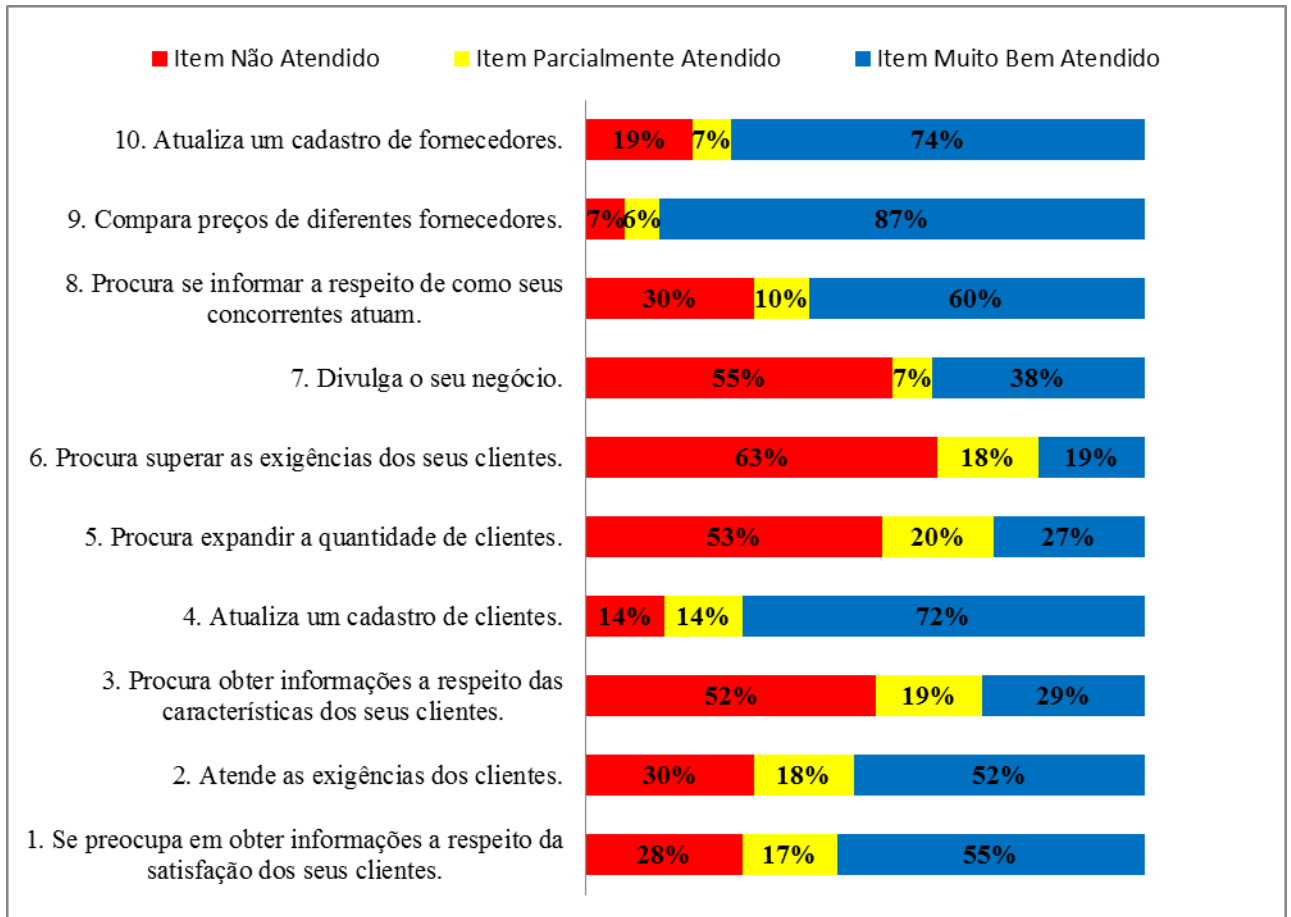
Finanças

Fonte: Autoria própria, pesquisa direta (2014)

No gráfico acima, tem-se o resultado da análise da gestão financeira das empresas. É possível verificarmos que entre os itens estudados nenhum consegue alcançar um nível de excelência razoável para uma boa gestão das finanças. O que demonstra claramente que os empreendedores, com raríssimas exceções, não tomam os cuidados necessários com os controles financeiros das empresas.

5.3. Gestão de Mercado

Gráfico 6



Mercado

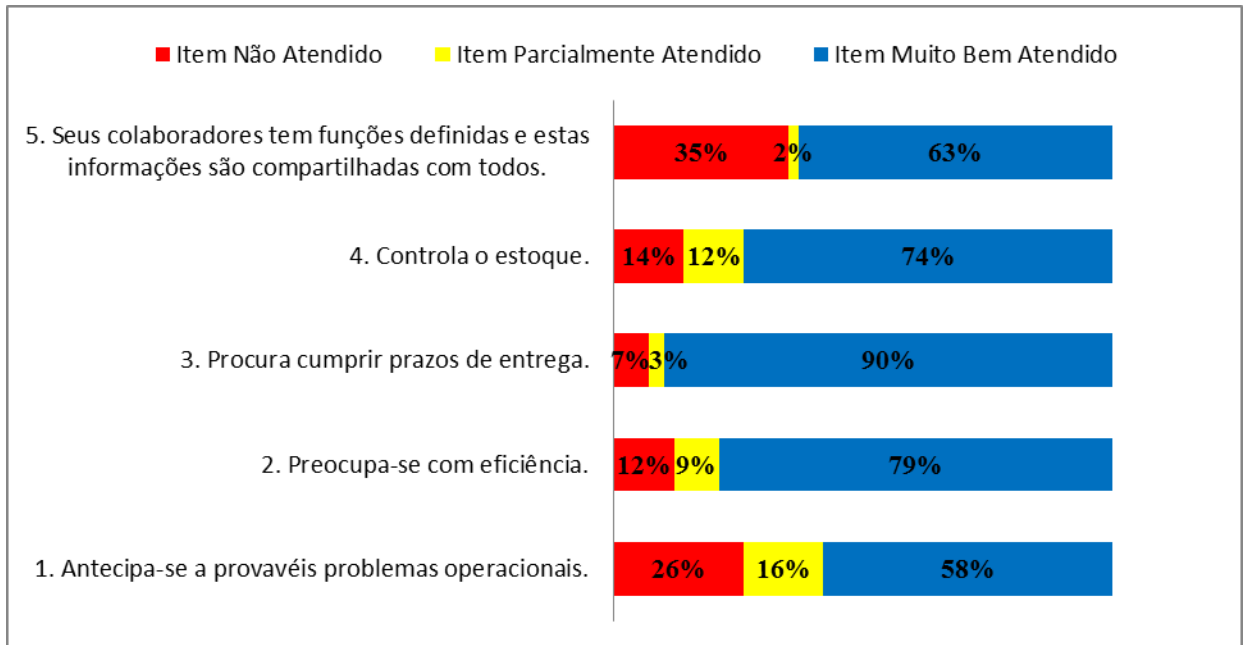
Fonte: Autoria própria, pesquisa direta (2014)

No gráfico que diz respeito ao Mercado, é possível notar uma melhoria na gestão por parte dos empresários, pois temos um alto nível de excelência em diversos itens, com destaque para o que diz respeito aos fornecedores, onde observamos que os empresários dão uma atenção especial a esses itens.

Na área dos clientes observou-se uma queda na atenção por parte dos empresários. Com exceção ao item 4, “Atualiza um cadastro de cliente?”, é necessário uma atenção maior por parte dos empresários principalmente por ter no cliente sua fonte de receita.

5.4. Gestão Operacional

Gráfico 7



Operacional

Fonte: Autoria própria, pesquisa direta (2014)

Na parte Operacional temos os melhores resultados com praticamente todos os itens pesquisados alcançando bons números, inclusive com um item alcançando a casa dos 90%. A exceção fica para o item que diz respeito à prevenção de possíveis problemas operacionais que demonstra receber menos atenção que os outros itens, mesmo assim com um número razoável de empreendedores preocupados com essa área da gestão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisarem-se os dados das pesquisas, verificou-se o desalinhamento das áreas de gestão na grande maioria das empresas. É indiscutível que esse desalinhamento pode ser comprometedor para o futuro da empresa, tendo em vista que a organização precisa funcionar de forma harmônica e equilibrada para atingir bons resultados.

No que diz respeito à Gestão Operacional das empresas, observa-se que é a área que recebe melhor tratamento por parte dos empresários e pode ser explicada por diversos fatos, entre eles, o de o empresário já possuir experiência anterior na produção ou execução de

determinado produto ou serviço, ou simplesmente pelo fato de o empresário realmente focar na parte produtiva da empresa e deixa as outras áreas em segundo plano.

Mesmo tendo um resultado considerado bom para a pesquisa, a grande maioria necessita de melhorias em alguns quesitos dessa área, como, controle de estoques e antecipação a problemas futuros.

Na Gestão de Mercado vemos uma piora nos índices. O que é inaceitável, pois clientes e fornecedores são os maiores parceiros dos empresários. Sem eles as empresas não podem cumprir seus compromissos e conseqüentemente gerar receita.

As empresas precisam conhecer o potencial do seu mercado, as características dos clientes, a credibilidade e o compromisso dos fornecedores para que possa ter uma imagem solidificada perante o mercado em que atua.

Na parte da Gestão Financeira observam-se os maiores problemas. A falta de hábitos simples de controle está presente na maior parte das empresas, o que prejudica uma análise da condição financeira e dificulta as tomadas de decisões, o planejamento e muitas vezes o cumprimento dos compromissos.

É constante o relato de empresários reclamando da falta de recursos e buscando empréstimos para tentar equilibrar as finanças de suas empresas, porém em muitos casos, os problemas surgem não necessariamente da falta de recursos e sim da falta de qualificação para gerir as receitas da empresa, o que acaba levando-as a esse tipo de situação.

Diante do exposto, verificou-se que os resultados obtidos através do diagnóstico, demonstra a necessidade de qualificação por parte dos empresários nas mais diversas áreas da gestão, em especial na área financeira, como cursos, palestras, oficinas entre outros, visando a melhoria do desempenho, do desenvolvimento e a redução da mortalidade destes pequenos empreendimentos, tornando-os sólidos no mercado.

O resultado deste trabalho também poderá ser usado como parâmetro por empresas e órgãos que contribuem com empreendimentos desse porte, no que diz respeito à utilização dos resultados para efeito de conscientização aos empresários para mostrar-lhes a importância da qualificação na gestão empresarial e também para que as novas empresas não cometam os mesmos erros de gestão das empresas aqui pesquisadas.

ABSTRACT

Over the years the number of small businesses in Brazil is increasing, and these developments crucial for the economic development of the country, representing more than half of the jobs. Unfortunately, due to lack of qualification of some managers, the mortality rate of these companies is quite high. This study aimed to identify the management challenges faced by entrepreneurs of the Malvinas neighborhood. We conducted a descriptive exploratory study, using a quantitative method by means of a questionnaire administered to 100 entrepreneurs, featuring thus a probability sample intentional. The results show that the three management areas analyzed (Finance, Marketing and Operations), show some management difficulties, with a better result for the operational part, where some items can show a good level of efficiency, then the Market area, with many disabled items, and the most worrying area is of Finance, where it was found that managers fail to perform simple control tasks, which prevents the management of these enterprises efficiently. The qualification of managers through lectures, courses, workshops and other means, can lead to a considerable improvement in the quality management of these companies.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Difficulties. Management.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMATO NETO, J. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas.** São Paulo: Atlas, 2000.

BARROS NETO, João Pinheiro de. **Teorias da administração.** São Paulo: Qualitymark, 2002.

BOM ÂNGELO, Eduardo. **Empreendedor corporativo: a nova postura de quem faz a diferença.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor.** 2. ed. São Paulo : Saraiva, 2008.

DORNELAS, J. C. A. 2ed. Rio de Janeiro: ED. CAMPUS, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. Ed. São Paulo: Atlas 2008.

GITMAN; Lawrence. **Princípios da administração financeira.** 2.ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** São Paulo: Atlas, 1998.

LIMA, A. A. T. F.; BEHR, R. R. **Alguns aspectos relevantes da consultoria em empresas de pequeno porte.** VI Simpósio de Engenharia de Produção. Bauru: UNESP, nov. 2000.

MATIAS, A.; LOPES JÚNIOR, F. **Administração financeira nas empresas de pequeno porte.** Barueri: Manoele, 2002.

MAYER, F. **As chaves do negócio.** Revista Empreendedor, São Paulo, 2004.

OLAVE, M. E. L; AMATO NETO, J. **A formação de redes de cooperação e cluster em países emergentes**: uma alternativa para pequenas e médias empresas no Brasil. São Paulo: Atlas, 2005.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Disponível em: www.portaldoempreendedor.com.br
<https://pt.scribd.com/doc/111496376/Teoria-da-1>.
Acesso em 25 de out. 2014.

SEBRAE. **As micro e pequenas empresas na economia brasileira**. São Paulo, 2006.
Disponível em www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe/mpe_numero/economia_brasileira.
Acesso em: 27 mai. 2008.

SOUZA, Luiz Carlos de. **Controladoria aplicada aos pequenos negócios**. Curitiba: Juruá Editora, 2008.