



**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL
DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL**

MARCELO NEVES DOS SANTOS

**O COMÉRCIO EM SÃO FRANCISCO DO CONDE:
PROMOVENDO SEU DESENVOLVIMENTO COM QUALIDADE**

SÃO FRANCISCO DO CONDE

2018

MARCELO NEVES DOS SANTOS

**O COMÉRCIO EM SÃO FRANCISCO DO CONDE:
PROMOVENDO SEU DESENVOLVIMENTO COM QUALIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão Pública Municipal da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão Pública Municipal.

Orientador: Prof. Jacques Henrique Gomes da Silva

SÃO FRANCISCO DO CONDE

2018

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Sistema de Bibliotecas da Unilab
Catalogação de Publicação na Fonte

S234c

Santos, Marcelo Neves.

O comércio em São Francisco do Conde : promovendo seu desenvolvimento com
qualidade / Marcelo Neves Santos. - 2018.

28 f.

Monografia (especialização) - Instituto de Educação à Distância, Universidade da Integração
Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, 2018.

Orientador: Prof. M.e Jacques Henrique Gomes da Silva.

1. São Francisco do Conde (BA) - Comércio. 2. São Francisco do Conde (BA) -
Desenvolvimento. I. Título.

BA/UF/BSCM

CDD 380.108142

MARCELO NEVES DOS SANTOS

**O COMÉRCIO EM SÃO FRANCISCO DO CONDE:
PROMOVENDO SEU DESENVOLVIMENTO COM QUALIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão Pública Municipal da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão Pública Municipal.

Aprovada em: 06/11/2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. M.e Jacques Henrique Gomes da Silva (Orientador)

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB)

Prof. M.e Marcos Antonio Barbosa de Lima

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB)

Prof.^a Dr.^a Rejane Felix Pereira

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB)

À Deus, aos meus pais, esposa e filha.

AGRADECIMENTOS

A Deus, Por fazer parte de minha vida. Obrigada por me dar força e paciência para cumprir mais essa etapa.

A todos que direta e indiretamente contribuíram para realização deste trabalho.

Aos professores e orientadores pela dedicação e empenho durante o curso.

Aos amigos e familiares por fazerem parte de minha vida.

“Quando dois homens vêm andando na estrada,
cada um carregando um pão e trocam os pães,
cada um vai embora com um pão, mas quando
dois homens vêm andando na estrada e cada um
com uma ideia e ao se cruzarem troca as ideias
cada um vai embora com duas ideias”

(Ditado Chinês)

RESUMO

O presente trabalho versa acerca do comércio de São Francisco do Conde. Este trabalho buscou verificar quais as ações que podem ser adotadas para o crescimento do comércio local. Para tanto, foi analisado se a promoção e qualificação dos empresários já atuantes são fatores relevantes para o crescimento do comércio, quais ações podem ser desenvolvidas para atrair novos empreendedores em São Francisco do Conde, foi analisado também se a diversificação do comércio através do oferecimento de novos produtos e serviços adequados para a região contribuirá para alavancar o comércio local e se a captação de recursos através de linhas de créditos pode contribuir para elevar o crescimento do comércio na localidade. Esses objetivos foram traçados procurando responder o seguinte questionamento: quais as ações que podem ser adotadas para o crescimento do comércio de São Francisco? A metodologia utilizada teve como base a pesquisa científica. Foi adotada a pesquisa bibliográfica, abordagem qualitativa e o método foi o estudo de caso. Essa é uma pesquisa exploratória. A coleta de dados se deu por entrevistas semi-estruturadas com um roteiro pré-definido, de acordo com os objetivos da pesquisa e na fundamentação teórica do projeto. Os resultados obtidos evidenciaram que o comércio da região necessita de mais incentivos fiscais para se desenvolver e mais oferta de cursos profissionalizantes voltados para os empreendedores locais.

Palavras-chave: Desenvolvimento, comércio, treinamento, incentivos fiscais.

ABSTRACT

The present work deals with the trade of São Francisco do Conde. This work sought to verify the actions that can be adopted for the growth of the local commerce. To that end, it was analyzed whether the promotion and qualification of already active entrepreneurs are relevant factors for the growth of commerce, what actions can be developed to attract new entrepreneurs in São Francisco do Conde, was also analyzed if the diversification of commerce through the offering of new products and services suited to the region will help leverage local trade, and whether raising funds through credit lines can help boost trade growth in the locality. These objectives were outlined in an attempt to answer the following question: what actions can be taken to foster the growth of San Francisco's commerce? The methodology used was based on scientific research. The bibliographical research was adopted, qualitative approach and the method was the case study. This is an exploratory research. Data collection was based on semi-structured interviews with a pre-defined script, according to the research objectives and the theoretical basis of the project. The results showed that trade in the region needs more tax incentives to develop and more offer of vocational courses aimed at local entrepreneurs.

Keywords: Development, trade, training, tax incentives.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	INVESTIMENTO EM PEQUENOS NEGÓCIOS.....	12
2.1	DESAFIOS PARA O EMPREENDEDOR.....	13
3	METODOLOGIA.....	16
4	RESULTADOS DA PESQUISA.....	17
5	CONCLUSÃO.....	22
	REFERÊNCIAS	24
	APÊNDICE – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	26

1 INTRODUÇÃO

Com a crise política e a imprevisibilidade econômica instaladas no Brasil, aumenta a cada ano o número de desempregados. Com essa realidade as pessoas estão procurando cada vez mais novas fontes de renda para sua sobrevivência. O site Carta Capital em uma publicação sobre o mercado informal fala que em dezembro do ano passado a população ocupada era de 92,1 milhões de brasileiros e os trabalhadores informais (sem carteira ou por conta própria) eram 37,1% do total, ou 34,2 milhões, superando o contingente formal, que somava 33,3 milhões (Nunes, 2018). Segundo o IBGE, foi a primeira vez na história que o número de trabalhadores sem carteira assinada superou o conjunto de empregados formais.

No Brasil, percebe-se claramente, o crescente número de comerciantes sem qualificação que atuam no comércio. Sem uma estrutura adequada, conhecimento do negócio e muito menos do mercado em que atua, os empresários vão levando o dia a dia na base do improvisado. Essa falta de intimidade comercial gera uma gama de fatores que levam, muitas vezes, o comerciante a desistir do negócio. Alguns fatores que contribuem diretamente para a falência de qualquer empresa são: péssimo atendimento, preços inadequados, baixa qualidade dos produtos e, principalmente, a falta conhecimento do negócio. O site G1 fez uma publicação a respeito da pesquisa feita pelo IBGE, dizendo que por dois anos seguidos o Brasil fecha mais empresas do que abre. A Pesquisa mostra que, em 2015, 708,6 mil empresas foram abertas e 713,6 mil fechadas no país. A saída de empresas provocou recuo de 3,9% no pessoal ocupado e de 4,5% no pessoal assalariado (Silveira, 2017).

O município de São Francisco do Conde que fica no recôncavo baiano que tem uma população estimada em mais de 40mil pessoas e apresentou em 2010 o maior PIB per capita do país, hoje, segundo o site O Globo, dentre as 20 cidades mais ricas do Brasil, ocupa a 8ª posição (Corrêa, 2017). Neste município, apesar do produto interno bruto ser altíssimo, muito pouco desta riqueza se fixa na cidade e, com isso, um grande número de pessoas vivem do comércio e dependem dele para sobreviver. Com isso é considerável o número de empresários registrados e os autônomos que abrem empresas por conta própria. Entende-se com isso que a região tem uma grande necessidade de qualificar seus comerciantes e promover o crescimento do mercado, se quiser obter mais lucratividade e rentabilidade para o município.

Passeando rapidamente pela cidade, percebe-se que os comerciantes investem pouco ou quase nada nos seus negócios e, aleatoriamente, tentam se equilibrar em um mercado que a concorrência está cada vez mais acirrada e os consumidores mais exigentes.

A escolha do tema foi muito oportuna, para que se pudesse repensar na melhor forma de investimento no comércio local e no seu crescimento, assim como a organização, aperfeiçoamento e qualificação empresarial dos já atuantes. Neste quesito, a prefeitura e os órgãos governamentais ligados ao setor têm o grande desafio de atrair empresários e buscar novas formas de investimento. Chega-se então ao problema dessa pesquisa: quais as ações que podem ser adotadas para o crescimento do comércio de São Francisco?

Tem-se então como objetivo geral: verificar quais as ações devem ser adotadas para o crescimento do comércio de São Francisco do Conde. Relacionada a isso foram traçados alguns objetivos específicos como:

- Analisar se a promoção e qualificação dos empresários já atuantes são fatores relevantes para o crescimento do comércio e quais ações podem ser desenvolvidas para atrair novos empreendedores em São Francisco do Conde.

- Verificar se a diversificação do comércio através do oferecimento de novos produtos e serviços adequados para a região contribuirá para alavancar o comércio local.

- Considerar como a captação de recursos através de linhas de créditos pode contribuir para elevar o crescimento do comércio na localidade.

Este estudo justifica-se pela necessidade do município em oferecer um comércio de qualidade aos seus consumidores, uma vez que seu mercado é diversificado, porém não atende a população na totalidade das suas necessidades, e os consumidores, muitas vezes, tem que se deslocar para a capital ou para cidades mais desenvolvidas para atender suas demandas de produtos e ou serviços nas quais o município de São Francisco do Conde não oferece.

2 INVESTIMENTO EM PEQUENOS NEGÓCIOS

O comércio é a base de sustentação de qualquer economia. Não basta apenas produzir, tem-se que planejar, e todo processo de comercialização de produtos e serviços exige um bom planejamento. O comércio local de qualquer cidade, pode ser exemplificado através de mercados de bairro, salões de beleza, papelarias, padarias e outros e representam uma fatia considerável do comércio. Esses micro e pequenos negócios exercem um papel fundamental para a economia, aquecendo o mercado de trabalho e atendendo aos consumidores.

O SEBRAE, na cartilha “Guia do candidato empreendedor” cita dez razões para que os gestores incentivem os pequenos negócios no seu município, são eles:

- 1 - Valorização da cultura local – Representa um diferencial competitivo, uma vez que os pequenos negócios traduzem as características da cultura local de forma mais intensa;
- 2 - Criação de laços entre os cidadãos – Os pequenos negócios formam uma teia de relações econômicas e sociais, unindo a comunidade e trazendo mais qualidade de vida.
- 3 - Tomada de decisões local – Os empreendedores participam mais das decisões locais, uma vez que eles serão os maiores impactados por elas.
- 4 - Retenção do dinheiro no local – Isso ocorre, pois geralmente as matrizes dos empreendedores estão dentro do próprio município, enriquecendo assim toda a comunidade.
- 5 - Geração de ocupação e renda – As pequenas empresas são as maiores geradoras de novos postos de trabalho no país.
- 6 - Atração de investimentos – Isso ocorre porque quando os micro e pequenos empresários ao abrirem seus negócios passam a investir no município.
- 7 - Qualidade de vida – Por fomentar a economia de proximidade, os pequenos negócios estimulam a circulação de pessoas, o que contribui para que a vizinhança fique mais segura.
- 8 - Sustentabilidade ambiental – Ocorre a partir do momento que o cidadão de determinada localidade, não precisa se deslocar grandes distâncias para usufruir de benefícios dos quais tenha vontade, uma vez que poderá encontrá-los em suas proximidades, diminuindo assim a poluição do ar e da água.
- 9 - Oportunidade de inovação – ocorre quando a ação da concorrência leva ao empresário a se reinventar e a procurar novas formas de investimento em seu negócio.
- 10 - Diversidade de produtos – os pequenos empresários se preocupam em vender produtos que atendam seus clientes. A diversidade de produtos atrai novos entrantes e isso faz com que

seja variada a quantidade de produtos ofertados. Tudo isso traz muitos benefícios para a população, governo e principalmente para os empresários da região.

Esses dez motivos são de grande relevância para incentivar o gestor público a investir no comércio local, uma vez que segundo o SEBRAE (2007) a escassez de ocupação e renda faz com que a economia paralise. As pessoas precisam reconhecer o município como um local possível e propício para empreender.

2.1 DESAFIOS PARA O EMPREENDEDOR

Um dos aspectos primordiais do negócio é o empreendedor gostar do ramo que irá atuar, pois existem muitos empreendimentos que se iniciam e os empresários não são determinados.

Segundo Dornelas:

Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedorismo era inato, que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender. Dornelas (2001, p. 23)

Esse conceito, entretanto, sofreu algumas modificações ao longo dos anos, e logo se percebeu que esse diferencial que segundo o autor era inato ao indivíduo, podia também ser alcançado por pessoas que teoricamente não nasceram com esse dom.

Para este autor,

“os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”. Dornelas (2001, p. 56),

E realmente são, caso contrário, estariam fadados ao fracasso no primeiro obstáculo que enfrentassem, pois sabe-se que o comércio é algo muito sazonal, que varia muito durante todo o ano.

É por esse motivo que se torna necessário investir na qualificação desses empreendedores para que seus negócios possam perdurar ao longo dos anos, pois nada adianta o dom sem dedicação de tempo e esforços para atingir resultados positivos.

Uma das atuais definições a cerca do empreendedorismo, explica bem acerca disso:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais

correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRISH; PETERS, 2004, p.29).

De acordo com dados do IBGE (2014), de cada dez empresas, seis fecham antes de completar cinco anos. Não é essa realidade que o gestor público deseja para o seu município, pelo contrário.

A maioria dos empresários das pequenas empresas possui pouco conhecimento técnico-gerencial. A mortalidade prematura da pequena empresa:

[...] tem entre suas principais causas, além do despreparo para administrar um negócio, a falta de cultura de comunicação do micro e do pequeno empresário, que se atira num empreendimento cheio de riscos sem a menor noção de direção, desconhecendo coisas básicas como os públicos-alvo e as mídias (meios de comunicação) para chegar com eficiência até eles. Gomes (1998, p.35)

Megido (1995, p.71 e 72, apud Pelissari, 2002, p. 44 e 45) apontam como causas da mortalidade das pequenas empresas: o desconhecimento das normas básicas de marketing, a falta de orientação para o mercado, o mercado competitivo, a ausência de níveis competitivos de qualidade, a falta de acesso à informação, as novas leis, os choques econômicos e as crises de mercado.

Chér (1991, p.32-33), cita alguns dos motivos para a mortalidades das Micro e Pequenas empresas, dentre eles, destacamos os seguintes:

- a falta de experiência anterior no ramo de negócios e a falta de gosto pelo mesmo;
- a falta de conhecimento acerca dos instrumentos de administração geral e de recursos humanos, contábil-financeiros, jurídicos de marketing, de administração da produção, de informática e de orientação técnica especializada;
- a falta de recursos financeiros e dificuldades na obtenção de créditos, financiamentos e investimentos por parte de terceiros,
- a falta de profissionais bem qualificados nas MPE's, inexistindo políticas de segurança, incentivos, benefícios, treinamento e desenvolvimento dos trabalhadores, visando à motivação e à satisfação dos mesmos, com um aprimoramento da qualidade de vida no trabalho;
- a não utilização de orientação técnica especializada (consultoria, auditoria e assessoria);
- desinformação acerca dos principais acontecimentos econômicos, políticos e sociais no Brasil e no mundo.

De acordo com SEBRAE (2007, apud Custódio, 2011, p. 28), os proprietários de pequenas empresas precisam ser versáteis, pois precisam dominar os elementos básicos de gerenciamento, além de ser capazes de resolver problemas e tomar decisões rapidamente. Para tanto, faz-se necessário que os mesmos busquem a qualificação profissional adequada para o seu ramo de atividade.

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto à essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. (DORNELAS, 2001, p.38).

Além disso, outra dificuldade que os pequenos empresários enfrentam, freando o crescimento dos seus comércios é a dificuldade para a obtenção de créditos por parte das grandes agências fomentadoras e conseqüentemente, a falta de recursos financeiros.

De acordo com Carvalho e Abramovay (2004, p.17), “O sistema financeiro brasileiro não atende às necessidades das micro e pequenas empresas [...]. Para este amplo segmento da população e do universo de empresas e empreendimentos diversos, o crédito bancário é muito caro e de acesso muito difícil.”

Segundo os mesmos autores,

Essa situação limita a capacidade de crescimento das empresas por duas razões: por não terem acesso a serviços financeiros à altura de suas necessidades e – para aquelas que conseguem estabelecer relações permanentes com os bancos – por transferirem significativa parcela de sua renda ao setor financeiro na rolagem de suas dívidas, por conta das taxas e juro muito elevadas. (Carvalho e Abramovay, 2004, p.17)

Para complicar um pouco mais, Neri (2008, p. 161) afirma que, “a falta de acesso a serviços financeiros é maior entre os nordestinos, em comparação com o restante do país”. O que dificulta ainda mais a obtenção de recursos para as micro e pequenas empresas.

Segundo Mattar (1988, apud Pelissari, 2002, p. 62), a falta crônica de recursos financeiros leva a empresa a não se adequar em capacidade produtiva e instalações, a não dispor de giro para financiar seus estoques, produção e vendas, a não cumprir suas obrigações tributárias e até a perder o crédito na praça pelo não cumprimento dos seus compromissos financeiros.

3 METODOLOGIA

A base da metodologia desse trabalho é a pesquisa científica, que segundo Gil (2010) tem um caráter pragmático, ou seja, é um processo formal e sistemático, que tem como objetivo descobrir respostas para problemas, utilizando-se de procedimentos científicos.

Foi feita uma pesquisa bibliográfica, a partir de material impresso, constituído, principalmente, de livros, artigos de periódicos e materiais disponibilizados na internet, bem como, as legislações pertinentes, onde foi feita uma revisão da literatura existente para embasar o objeto desse estudo.

O local escolhido para a realização dessa pesquisa foi a cidade de São Francisco do Conde, cidade que tem um potencial muito bom para o comércio, mas que precisa, de alguma forma, encontrar um rumo para o seu crescimento.

Esse trabalho teve uma abordagem qualitativa, onde os entrevistados tiveram mais liberdade para apontar os seus pontos de vista sobre os assuntos relacionados com o objeto desse estudo, pois nesse caso, o propósito não foi contabilizar quantidades como resultado, mas sim conseguir compreender o comportamento dos comerciantes do município de São Francisco do Conde.

A pesquisa ficou definida como exploratória, por que visou verificar quais as ações que poderiam ser adotadas para o crescimento do comércio de São Francisco.

A coleta de dados foi feita através de entrevistas semi-estruturadas. As mesmas tiveram um roteiro pré-definido, com base nos objetivos da pesquisa e na fundamentação teórica do projeto. As entrevistas foram realizadas com alguns comerciantes do município de São Francisco do Conde.

Os dados coletados foram analisados e organizados para possibilitar o fornecimento de respostas para o problema proposto nessa investigação. A partir do levantamento desses dados, e do referencial teórico descrito, foram constatadas algumas conclusões, as quais foram descritas no decorrer desta pesquisa.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa realizada envolve alguns comerciantes que atuam em diferentes ramos no centro da cidade de São Francisco do Conde, entre eles estão donos de restaurantes, armarinhos, farmácias. A mesma teve por objetivo identificar as dificuldades que os empresários enfrentaram ao iniciar o seu negócio e as necessidades que tem para continuar atuando no comércio.

Nesta pesquisa, foi apresentada uma análise dos dados coletados e ao longo do projeto o objetivo principal será identificar os pontos negativos que afetam a rotina empresarial dos comerciantes e apresentar alternativas para que as empresas existentes e os novos entrantes tenham facilidade para estabelecer seus empreendimentos, claro que será necessária a participação da prefeitura e parceiros, como também o envolvimento da comunidade local.

Foram identificados alguns pontos relevantes que afetam diretamente e indiretamente o dia a dia da dos comerciantes na cidade de São Francisco do Conde, são fatores como segurança, educação, falta de investimento em cursos profissionalizantes e capacitação empresarial, interesse da prefeitura local em investir na melhoria do comercio local através de infraestrutura e com a melhoria dos incentivos fiscais para as empresas, entre outros.

Um dos aspectos mais relatado pelos comerciantes foi o peso que tem os tributos nas despesas do negócio. Como já é sabido, o fator tributo, investimento em melhorias e conhecimento do negócio pode levar uma empresa à falência caso não seja tratado com a devida atenção, portanto, esses fatores precisam ser analisados antes de começar qualquer negócio.

O peso do pagamento de pessoal tem contribuído para que muitas dessas empresas não honrem seus compromissos com o pagamento de salários e encargos ou contrate pessoal legalmente. Muitos até desistem do negócio legal para viverem na informalidade com é o caso de uma empresa que entrevistamos, chamada Liu variedades que teve suas atividades encerradas no mês 07/2018 pela falta de verba e a crise econômica que se instalou no país e, conseqüentemente, na região, impactando diretamente seu negócio no ramo de varejo em confecções.

Percebe-se que um dos ramos mais afetados pela informalidade é o de confecções, pois a venda indiscriminada de roupas e confecções nas feiras livres tornam o comércio legal

insustentável, uma concorrência desleal, uma vez que estes comerciantes não possuem a carga tributária que os lojistas que trabalham formalmente possuem, dentre outras despesas.

A maioria das empresas entrevistadas é de pequeno porte, têm em média oito a nove anos de atuação no mercado, porém grande parte dos entrevistados informou que tiveram alguma experiência na área em que atuam antes de iniciarem seus negócios. Muitos deles, já trabalharam em empresas do mesmo ramo e acreditam que esse fato os impulsionou a abrir seu próprio negócio, outros nunca atuaram ou não tiveram qualquer estudo a fim de se especializar e entender de administração de negócios.

Quando questionados se possuíam qualificação ou se fizeram cursos em alguma área no ramo em que atuam, poucos desses empresários relataram ter algum tipo de qualificação ou cursos na área.

Em relação às dificuldades em se estabelecerem como comerciantes, as respostas foram bem diversificadas, alguns citaram questões financeiras, como capital de giro, para manter as rotinas diárias e as taxas cobradas pelo setor público que leva uma parcela muito alta dos lucros da empresa.

Outro fator citado foi a concorrência estabelecida ao longo de todo o centro comercial, principalmente em relação aos que atuam na informalidade, fazendo com que os comerciantes tenham a necessidade de estarem sempre se inovando, diversificando seus produtos e investindo em itens como pessoal, atendimento e ambiente interno, tudo isso para poder encontrar seu espaço no comércio de uma forma diferenciada.

O conhecimento no ramo também passa a ser um diferencial competitivo, pois muitos que atuam sem estrutura e sem a devida qualificação técnica acabam ficando para trás, com o passar do tempo seus negócios vão decaindo, muitos chegando até a falência.

Quando perguntado se teve algum apoio externo para abrir o seu negócio, constatou-se que os entrevistados desconheciam que o SEBRAE disponibiliza cursos e palestras gratuitas para o micro empreendedor em sua região, outros não tinha interesse em se especializar nem conhecer melhor os projetos existentes para o microempreendedor.

Esse investimento em capacitação empresarial fortalece diretamente o empresário e solidifica os objetivos da empresa, dando conhecimento ao microempreendedor e uma visão estratégica de como deve atuar frente à concorrência, às mudanças mercadológicas e ao seu público consumidor de forma a ampliar seu negócio e conseqüentemente manter-se no mercado. Porém, foi notória a pequena parcela de empresários que buscaram informação e conhecimento na sua área, isso faz com que seja ainda mais difícil qualquer ação por parte dos

órgãos públicos em investir nessas empresas, pois tudo passa pelo interesse de os próprios empresários em se qualificar e investir em conhecimento no negócio.

No questionário aplicado, observou-se a falta de planejamento para iniciar o negócio e isso estava presente na maioria das empresas pesquisadas.

Muitos empresários não sabiam o futuro do seu investimento, nem onde queriam chegar, ou seja, estão a mercê do mercado, vivendo seus dias como uma rotina, sem direção.

Por isso, que existe o SEBRAE, que atua exclusivamente para dar um suporte aos microempreendedores, evitando que abram suas empresas sem conhecimento e sejam pegos de surpresa, frustrados com as dificuldades que enfrentarão ao longo de sua jornada ou não saibam a lucratividade que estão tendo com as suas vendas.

Além de dar um suporte direto aos empresários, o SEBRAE também contribui indiretamente para a arrecadação de impostos, quando orienta os microempreendedores como lidar com os tributos que incidirão na sua empresa, como emitir notas fiscais, entre outros. Orientam também os empresários em relação a onde e como buscar recursos para iniciar ou manter seus negócios. Por isso é muito importante para a sociedade, para o empresário e principalmente para o governo a existência de órgão como o SEBRAE.

Fazendo uma comparação grosseira, temos um exemplo importante na Prefeitura de Salvador, a qual, através da lei municipal nº 9285/2017, reduziu a alíquota de impostos municipais para as empresas que se instalarem em uma determinada região da cidade ou gerarem uma quantidade de empregos com carteira assinada. É uma ação muito atraente e que fortalece o comércio local, dá uma segurança ao empresariado e possibilidade de gerar novos empregos, conseqüentemente, arrecadação futura, redução no índice de criminalidade e na taxa de desemprego.

Na pesquisa, os relatos com relação às dificuldades com acesso a benefícios fiscais foram constantes, mas sabe-se que o município de São Francisco do Conde também possui uma lei municipal nº 164/2010, que regula supletivamente no âmbito do município, o tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às Microempresas, às Empresas de Pequeno Porte e ao Microempreendedor Individual, doravante denominados ME, EPP e MEI.

Talvez, a falta de informações e orientações por parte do gestor ou contador da empresa seja algo que faça com que o empresário não conheça os benefícios que se enquadram no seu ramo de atividade e ou no porte de sua empresa.

A secretária de Desenvolvimento Econômico de São Francisco do Conde, Ana Christina Oliveira, vai dizer no seu discurso de abertura do lançamento do projeto SEDEC E VOCÊ 2018: *“Oportunizar que as pessoas tornem-se empreendedoras e aquelas que já a são*

poderem fortalecer os seus negócios, e a partir disso poderem gerar mais emprego e renda para os franciscanos, tem sido o mote desta secretaria.”

É grande a preocupação da administração local em especializar e qualificar seus empresários, para tanto, existe um órgão chamado SEDEC (Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico) que lida diretamente com questões relacionadas a melhorias e desenvolvimento empresarial, voltada a empresas que queiram se instalar no município.

O SEDEC promove cursos e palestras através de parcerias com instituições como Banco do Brasil, SEBRAE e a UNILAB. Em uma das oficinas realizada no dia 27/03/2018, que teve como título Sei Administrar, foram abordadas diversas questões direcionadas ao empresariado, e em uma de suas falas um dos palestrantes, Sr. Nehru Lima, supervisor de microcrédito do Banco do Brasil (BB) relatou:

É fundamental ações desse tipo para fomentar a economia da localidade. Essa linha de crédito acaba estimulando o crescimento do mercado local, estimulando também as pessoas ao crescimento. A gente também dá orientação para que elas tenham o real investimento e retorno dessa linha de crédito.

Tudo isso corrobora para dar credibilidade no projeto que a prefeitura está apostando e que dará frutos em um futuro próximo. No mesmo evento, a secretária Ana Christina também fez suas colocações que transcrevo, pois tem forte ligação com o tema proposto para este projeto e muitos empresários não estão conscientes do trabalho que a SEDEC em São Francisco do Conde está promovendo.

A gente tem apostado muito na formação e na capacitação das pessoas para que elas possam compreender esse novo momento. Sabemos que estamos saindo da era do emprego para a era do empreendedorismo. Eu tenho dito às pessoas que quem não vier por amor, virá pela necessidade, pela dor. A gente tem mais de 700 MEI (Microempreendedores Individuais) nesse município, sendo cerca de 500 ativos, mas com iniciativas ainda muito simplórias, onde as pessoas abrem seus negócios, mas sem conhecimento de gestão. A gente tá possibilitando fazer esse chamamento, de todas essas pessoas, todos esses potenciais. Queremos colocar informação, formação, agências de crédito e instituições financeiras para estarem à disposição desses empreendedores e essas pessoas estarem habilitadas para trilhar caminhos de sucesso. São Francisco do Conde hoje tem buscado alternativas, seja através da atração de empresas ou da qualificação das pessoas, e o SEBRAE é um grande parceiro nesse sentido; teremos 15 cursos e oficinas, temos a SETRE (Secretaria do Trabalho Emprego Renda e Esporte), o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), vamos fazer um convênio com a Universidade Católica, que vai montar um curso de Comunicação Digital para os jovens, e quando estes concluírem já sairão com uma cooperativa pronta para eles ofertarem serviços. Fechamos também uma parceria com a UNILAB (Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira), de um projeto inovador, criado a várias mãos, que irá mudar a realidade do analfabeto funcional, aquele que sabe fazer, mas não domina a teoria.

Por fim, a pesquisa mostra alguns fatores externos que influenciam diretamente na continuidade do negócio que é o baixo índice de escolaridade da população, infraestrutura (vias sem asfalto, calçamento por fazer...) e falta de segurança, aliada ao alto índice de violência e criminalidade que impera hoje na cidade, tudo isso tem desencorajado os investidores e feito muitos empresários repensarem nos investimentos que fazem no seu imóvel. Vale à pena destacar esses fatores pelo fato de terem sido itens que ficaram explícitos na maioria dos entrevistados que foram abordados.

5 CONCLUSÃO

Diante do cenário pesquisado e das informações coletadas, percebe-se que o comércio da cidade de São Francisco do Conde contém um grande contingente de empresário que não têm conhecimento do negócio em que atuam. Há um grande desinteresse na maioria deles para buscar conhecimentos.

Por conta disso, a prefeitura começou neste ano de 2018 a tomar algumas medidas com o objetivo de realizar ações para atrair os comerciantes, fazendo parcerias, disponibilizando cursos através de órgãos como o SEBRAE e SEDEC, mostrando o melhor caminho para os comerciantes adquirirem linhas de créditos mais baratas, investirem nos seus negócios e ampliar seus conhecimentos, pois muitos iniciam suas atividades com recursos próprios sem ter a noção de que existem linhas de créditos especiais que possibilitam investirem melhor nos seus comércios, fazendo com que os recursos próprios sejam aplicados ou investidos em um outro momento.

A informalidade cresce assustadoramente. Em um rápido passeio pela cidade, percebe-se a grande quantidade de pessoas que não possuem registro legal e isso acaba gerando uma concorrência desleal para os empresários já atuantes e afastam os que pensam em entrar no mercado.

A prefeitura precisa desempenhar o seu papel para proteger os comerciantes que atuam legalmente e contribuem com seus impostos, por outro lado tem que dar condições para que esses autônomos possam ser inclusos em algum programa que os mantenham em condições plenas de tirar os seus sustentos.

Atrair novos empresários tem que ser o desafio do município. Dar infraestrutura, condições de se manter e gerar lucros com seus investimentos será o grande desafio para uma cidade que carrega um alto índice de pobreza e analfabetismo. Um dos grandes atrativos comerciais que temos hoje na cidade, que gera riqueza e atrai muitos investidores e empresários para atuar na região é a refinaria de petróleo Landulfo Alves. A Petrobrás com toda a sua potência atrai muitas pequenas empresas que prestam serviços terceirizados, e isso também acaba sendo uma oportunidade de negócio, uma vez que atrai um grande número de pessoas, gera emprego e renda.

O crescimento do comércio de São Francisco do Conde com qualidade só será possível se os comerciantes começarem a entender que é necessário planejamento, e para se planejar é necessário buscar o conhecimento. Outro item de grande relevância que consistiria em algo significativo para os comerciantes seria a redução da carga tributária hoje aplicada

pelo município. Essa redução daria mais fôlego para os comerciantes investirem recursos na ampliação e modernização dos seus negócios.

Também é necessário a prefeitura começar a investir mais em educação e projetos para o crescimento da cidade, segurança e infraestrutura. Será um investimento a longo prazo, mas que trará resultados positivos para o comércio da cidade e para a população franciscana.

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, C.E. & ABRAMOVAY, R. *O difícil e custoso acesso ao sistema financeiro*. In: SANTOS, C.A. (Org.). *Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas*. 2. Ed. Brasília: SEBRAE, 2004.
- CHÉR, Rogério. *A Gerência das Pequenas e Médias Empresas: o que saber para administrá-las*. São Paulo: Ed. Maltese, 1991.
- CORRÊA, Marcelo. *Saiba qual cidade brasileira tem o maior PIB per capita, 2017*. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/economia/saiba-qual-cidade-brasileira-tem-maior-pib-per-capita-22189067> >. Acesso em: 30 de Ago. 2018.
- CUSTÓDIO, Telma Padilha. *A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio*. Lins, 2011. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53972.pdf>>. Acesso em 28 de Ago. 2018.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier (2001).
- FILION, Louis Jacques; Coutinho, Gledson Luiz. (1991). *O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações*. Revista de Administração de Empresas, 31(3), 63-71. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901991000300006&lng=en&tlng=pt.10.1590/S0034-75901991000300006. Acesso em 23 Ago. 2018.
- GOMES, Nelson; NASSAR, Paulo. *A comunicação da pequena empresa*. 3. ed. São Paulo: Globo, 1998.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. *Empreendedorismo*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2014 - *Cempre (Cadastro Central de Empresas)*- Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2016/09/14/de-cada-dez-empresas-seis-fecham-antes-de-completar-5-anos-aponta-ibge.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: .23 Ago 2018.
- NERI, Marcelo. *Microcrédito, o mistério nordestino e o grameen brasileiro: perfil e performance dos clientes do crediamigo*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. 376 p.
- NUNES, Dimalice. *No Brasil, trabalho informal é a nova regra, 2018*. Disponível em: < <https://www.cartacapital.com.br/economia/No-Brasil-trabalho-informal-e-a-nova-regra> >. Acesso em: 30 de ago. 2018.
- PELLISSARI, Anderson Soncini. *O perfil de qualificação profissional dos empresários das pequenas empresas do ramo de confecções da Glória, Vila Velha – ES*. Florianópolis: UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2002. Disponível em: <

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/83622/192667.pdf?sequence=1>>
Acesso em: 30 de ago. 2018.

PREFEITURA DE SÃO FRANCISCO DO CONDE. *SEDEC e Você: Fortalecimento e expansão do comércio local*. **Disponível em:** <<https://saofranciscodoconde.ba.gov.br/sedec-e-voce-fortalecimento-e-expansao-do-comercio-local/>>. Acesso em: 10 Ago. 2018.

PREFEITURA DE SÃO FRANCISCO DO CONDE. *SEDEC E VOCÊ: Projeto lançado nesta terça, 27, oferece conhecimentos de gestão a empreendedores*. **Disponível em:** <<https://saofranciscodoconde.ba.gov.br/sedec-e-voce-projeto-lancado-nesta-terca-27-oferece-conhecimentos-de-gestao-a-empresarios/>> Acesso em: 10 Ago. 18.

SEBRAE. *Disciplina de empreendedorismo*. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

SILVEIRA, Daniel. *Por dois anos seguidos, Brasil fecha mais empresas do que abre, aponta IBGE, 2017*. Disponível em:< <https://g1.globo.com/economia/noticia/por-dois-anos-seguidos-brasil-fecha-mais-empresas-do-que-abre-aponta-ibge.ghtml> >. Acesso em: 30 de ago. 2018.

Uol. *De cada dez empresas, seis fecham antes de completar cinco anos, aponta IBGE, 2016*. Disponível em:<
<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2016/09/14/de-cada-dez-empresas-seis-fecham-antes-de-completar-5-anos-aponta-ibge.htm?cmpid=copiaecola> >.
Acesso em: 25 de ago. 2018.

APÊNDICE - INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS

Nome da empresa:

Atividade: Comercio varejista de artigos de armarinho

Tempo no mercado: 9 anos

Número de funcionários:

- 1 – Antes de iniciar seu negócio, já tinha experiência no ramo? Qual?
- 2 – Você se especializou ou fez cursos em alguma área no ramo em que você atua?
- 3 – Você teve dificuldade em se estabelecer como comerciante? Quais as principais dificuldades?
- 4 – Em que o poder público poderia contribuir para que seu negócio fosse alavancado?
- 5 – O que mais pesa nos custos do seu negócio?
- 6 – Você acredita que faltam incentivos por parte do governo local para o seu crescimento?
Em que sentido?
- 7 – Você teve apoio EXTERNO, como SENAC/SEBRAE, algum contador ou assessoria, dentre outros, para o gerenciamento da sua empresa?
- 8 – O negócio foi aberto com recursos próprios ou usou capital de terceiros?
- 9 – Caso tenha utilizado capital de terceiros, teve dificuldade na aquisição dos recursos?
- 10 – Teve algum incentivo governamental para iniciar o negócio? Qual?