

PERFIL DOS EMPREENDEDORES E A FORMA DE GESTÃO DAS LANCHONETES DA UFPB

Edmery Tavares Barbosa⁽¹⁾, Mahilton Silva Assis⁽²⁾, Ione Guilherme P. da Silva⁽²⁾,
César A. Ruiz Temoche⁽³⁾.

Centro de Ciências Sociais Aplicadas/Departamento de Administração/MONITORIA.

RESUMO

Empreendedorismo é um tema que traz consigo uma relevância significativa para a economia do País como um todo. Dessa forma, o presente estudo objetiva apresentar o perfil dos gestores e a forma de gestão das Lanchonetes da UFPB. Para tanto foi realizada uma pesquisa de campo com aplicação de questionários em 9 lanchonetes da IES. Verificou-se que 66,7% dos gestores são homens, acima de 41 anos, cuja escolaridade é o ensino médio, não possuem outra forma de renda além de seus empreendimentos e que infelizmente encerram suas atividades em período de greves. Percebe-se que a motivação dos empresários ao investir naquele ponto comercial foi incentivada pela indicação de terceiros e não por estudos baseados pesquisas de mercado. Apesar disso, as microempresas possuem tempo de vida de mais de 18 anos e, portanto, superam a média de falência nacional de forma positiva.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Lanchonetes, UFPB.

1 Introdução

O mercado esta cada vez mais exigente por produtos e serviços com maior qualidade e preços baixos. Para responder a essas expectativas, os empreendedores são levados a suprir as necessidades e aproveitar os nichos de mercado.

A criatividade, a motivação, a força, a determinação são algumas características daqueles que buscam investir em seu próprio negócio. A oportunidade de abrir um negócio no mercado cada vez mais competitivo, é para alguns a realização de um sonho, a conquista de um ideal, ou mesmo, a única fonte de renda. No entanto, de acordo com o Schlemm(2007), essas pessoas são de fato as que mais contribuem para a economia de uma localidade, de uma região, de um país. Através de seus empreendimentos, elas empregam direta e indiretamente um numero considerável de funcionários, se relacionam com seus fornecedores, pagam impostos, facilitam a vida de seus clientes oferecendo novas opções de produtos e serviços.

Sua contribuição é tão latente que o governo e instituições financeiras criam formas de incentivo ao desenvolvimento de novos empreendimentos. Diante desse cenário, busca-se responder ao seguinte questionamento: **qual é o perfil dos empreendedores do setor de Lanchonetes da UFPB?** Para tanto, o objetivo que norteia a presente pesquisa é apresentar o perfil dos gestores e a forma de gestão das Lanchonetes da UFPB.

¹⁾ Bolsista, ⁽²⁾ Voluntário/colaborador, ⁽³⁾ Orientador/Coordenador ⁽⁴⁾ Prof. colaborador, ⁽⁵⁾ Técnico colaborador.

2 Plataforma Teórica

Percebe-se que empreendedorismo é um tema que traz consigo uma relevância significativa para a economia do País como um todo.

Segundo o GEM (2008), o maior estudo independente sobre a atividade empreendedora que cobre mais de 50 países consorciados, inclusive o Brasil, “a criação de negócios é uma das causas da prosperidade das nações. Com ela, inova-se, geram-se oportunidades, empregos e riquezas. A existência de indivíduos dispostos aos riscos de empreender é um dos pilares do desenvolvimento econômico. Captar, descrever e analisar o fenômeno do empreendedorismo é, portanto, fundamental para o desenho de ações de promoção do progresso e do bem-estar.”

Por sua vez, Schlemm *et al* (2007) afirma que “um país só é sustentável quando aqueles que nele acreditam e por ele labutam, encontram vazão para sua vocação empreendedora”.

Antes de apresentar o perfil dos gestores e a forma de gestão das Lanchonetes da UFPB definir-se-á rapidamente alguns conceitos sobre o tema e as principais características e dificuldades encontradas atualmente pelos empreendedores seguida pela metodologia utilizada para a realização desta pesquisa.

2.1 Conceitos

De acordo com Filion (2008) o conceito de empreendedorismo variou nas últimas décadas em razão da existência de várias correntes de pensamento. Segundo ele, no começo séc. XVIII, aflorou a escola do pensamento econômico, que entendiam empreendedorismo como uma função. Em seguida, vieram os behavioristas, décadas de 70 até meados de 80 que cuja preocupação era estudar “modelos” de empreendedores que se destacaram, ou seja, procurava-se entender quem era o empreendedor. A partir da década de 90, os pesquisadores de forma geral se propõem a estudar o que faz um empreendedor.

Neste contexto, considera-se empreendedorismo como sendo “um movimento que introduz novos produtos e serviços, criando novas formas de organização ou explorando novos recursos e materiais”. (SANTOS, 2008)

2.2 Principais características dos empreendedores

No entendimento de Dolabela (2008), “é empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. O autor justifica que o sonho a que refere trata-se de um *sonho estruturante*, assim chamado porque pode dar origem e organização a um projeto de vida, articulando sinergicamente desejos, visão de mundo.

Anthony (2008) acredita também que “o empreendedor é alguém que tem a visão para enxergar e discernir oportunidades disponíveis para todos, mas invisíveis para a maioria, e que tem atitude e habilidade para aplicar o conhecimento transformando, com ousadia, a visão em realidade”.

Alinhadas a estes entendimentos percebe-se que algumas das principais características do empreendedor são: iniciativa, criatividade, ousadia, capacidade de lidar com o risco, autonomia, inovação, habilidade para lidar com a transformação e coragem.

“O empreendedor deve estar apto a definir os parâmetros do que pretende realizar e os meios utilizados para alcançar o resultado desejado. Uma das grandes diferenças entre o empreendedor e as outras pessoas que trabalham em organizações é que o empreendedor define o objeto que vai determinar seu próprio futuro.” (FILION,2008)

2.3 Dificuldades enfrentadas

Segundo os atuais resultados do GEM (2008), no Brasil, à medida que há uma redução gradual nas taxas de descontinuidade de negócios eleva-se as taxas de empreendedores estabelecidos.

No mesmo estudo também foram levantados os motivos que levaram às atuais descontinuidades dos negócios. Entre as alternativas apresentadas, destacam-se “razões financeiras”, com 22,8%, “razões pessoais”, com 23,2% e “falta de clientes” com 16,7%.

3 Metodologia

Para Vergara (1997), uma pesquisa pode ser feita sobre dois enfoques: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins ela é descritiva e quanto aos meios é bibliográfica e de campo.

Segundo Lopes (2006) a pesquisa bibliográfica permite ao pesquisador um profundo conhecimento de determinado assunto. Para tanto o desenvolvimento deste estudo foi embasado em consultas as livros e sites que versam sobre o assunto em estudo.

Ainda de acordo com esse autor, a pesquisa de campo se realiza por meio de coleta de dados que pode ser por meio de entrevistas e/ou questionários, observação, in loco, para o desenvolvimento das análises dos resultados. O método usado permite descrever o perfil e a forma de gestão dos empreendimentos que fornecem lanches na UFPB.

Para a consecução da pesquisa foi realizado um pré-teste no dia 18 de março em uma lanchonete do CCSA a fim de verificar possíveis falhas e validar o questionário que seria aplicado a posteriori. Dessa forma, essa lanchonete não participa da amostra final.

Para aplicar os questionários definitivamente, elaborou-se a estratégia de aplicá-los nas lanchonetes por centro de conhecimento. No total foram aplicados 9 questionários. Para preservar o nome das lanchontes buscou-se identificá-las por um código, conforme tabela abaixo.

Tabela 01. Perfil da Amostra

Centro de Conhecimento	Código	Amostra
CCEN	LA e LB	2
CCHLA	LC	1
CCSA	LD	1
CCS	LE e LF	2
CE	LG	1
CT	LH	1
Reitoria	LI	1
Total		9

Fonte: Os autores, 2008.

4 Resultados

A tabela 01 apresenta que a maior parte dos empreendimentos são geridos por homens, onde a representação é de 66,7%. Neste caso, verifica-se que a presença de mulheres empreendedoras ainda é muito baixa correspondendo a apenas 33,3% da amostra.

Tabela 02. Gênero dos Empreendedores

Gênero	F	f
Masculino	6	66,7%
Feminino	3	33,3%
Total	9	100%

Fonte: Os autores, 2008.

Em relação a idade dos respondentes, verifica-se que 77,8% se enquadram na faixa etária acima de 41 anos. Cruzando as informações da tabela 2 com a tabela 3 pode-se identificar que existe uma relação forte quanto a experiência da gestão com a idade de seus respectivos gestores.

Tabela 03. Idade

Idade	F	F
Menos de 20 anos	0	0,0%
Entre 21 e 30 anos	1	11,1%
Entre 31 e 40 anos	1	11,1%
Acima de 41 anos	7	77,8%
Total	9	100%

Fonte: Os autores, 2008.

Ratificando as informações acima verifica-se na tabela 03 que 66,8% dos empreendimentos tem mais de 12 anos de vida. Fato este, muito positivo quando se considera

as estatísticas de órgãos como o SEBRAE (2007) que afirmam que 59,9% das empresas morrem com até 4 anos de vida.

Tabela 04. Tempo de empreendimento

Tempo de empreendimento	F	F
Menos de 5 anos	3	33,3%
Entre 6 e 11 anos	0	0,0%
Entre 12 E 17 anos	2	22,2%
Acima de 18 anos	4	44,4%
Total	9	100,0%

Fonte: Os autores, 2008.

Quanto ao nível de escolaridade constata-se que nenhum dos respondentes possui o nível superior. Já, 66,7% apresentam o nível médio completo.

Tabela 05. Nível de Escolaridade

Nível de Escolaridade	F	F
Primário	1	11,1%
Ginásio	2	22,2%
Médio	6	66,7%
Superior	0	0,0%
Total	9	100,0%

Fonte: Os autores, 2008.

Quando questionados se desenvolviam atividades além dessa atividade comercial, 77,8% dos participantes trabalham exclusivamente no empreendimento em evidência.

Tabela 06. Atividades além do empreendimento

Exerce outras atividades	F	F
Sim	2	22,2%
Não	7	77,8%
Total	9	100,0%

Fonte: Os autores, 2008.

Tomando como base o questionamento anterior, dos 22,2% dos respondentes que desenvolvem atividades além do gerenciamento das lanchonetes, 100% estão inseridos no funcionalismo público, especificamente em órgãos estaduais.

Tabela 07. Atividades declaradas

Atividades Declaradas	F	F
Funcionário Público Estadual	2	100%

Funcionário Público Federal	0	0%
Outros	0	0%
Total	2	00%

Fonte: Os autores, 2008.

A tabela 07 apresenta que 77,8% dos entrevistados alegaram que tomaram conhecimento do ponto comercial a partir da indicação de ex-contratantes do ponto. Verificando que em nenhum dos casos houve o contato inicial com a prefeitura universitária.

Tabela 08. Conhecimento do ponto comercial

Conhecimento do ponto comercial	F	F
Anuncio em meios de comunicação	0	0,0%
Indicação de ex-contratantes do ponto	7	77,8%
Em contato direto com a prefeitura universitaria	0	0,0%
Familiares	2	22,2%
Total	9	00,0% ¹

Fonte: Os autores, 2008.

Conforme a tabela a seguir, 44,4% dos estabelecimentos são compostos por 4 colaboradores incluindo o proprietário do empreendimento. O porte das empresas analisadas nesta pesquisa baseia-se na classificação do SEBRAE cujo fator norteador é número de empregados. Para aquele órgão, as indústrias com até 19 pessoas ocupadas e o comércio e serviços com até 09 pessoas ocupadas são consideradas microempresas. Já a indústria que possui de 20 a 99 pessoas ocupadas e o comércio ou serviços que possui de 10 a 49 pessoas ocupadas são consideradas pequenas empresas. Percebe-se aqui, que todas as empresas analisadas são empresas de serviços com até 09 pessoas ocupadas, portanto consideradas aqui como microempresas.

Tabela 09. Quantidade de colaboradores

N° de Colaboradores	F	F
2 Colaboradores	1	11,1%
3 Colaboradores	2	22,2%
4 Colaboradores	4	44,4%
5 Colaboradores	1	11,1%
9 Colaboradores	1	11,1%
Total	9	100,0%

Fonte: Os autores, 2008.

O Quadro 01 refere-se ao grau de prioridades dos pagamentos de suas obrigações. Foram listados alguns custos mais frequentes na operacionalidade do empreendimento. Assim, 75% dos gestores dão prioridade ao pagamento de seus funcionários, seguido de 55,6% que apresentam como segundo no grau de prioridades o pagamento do aluguel e em terceiro lugar água/luz com 55,6% também.

Quadro 01. Prioridades dos pagamentos dos custos

Prioridade dos custos	Aluguel	f	Água/Luz	f	Salários	f	Fornecedores	f	Tributos	f
1°	3	33,3%	1	11,1%	3	75,0%	2	66,7%	0	0%
2°	5	55,6%	3	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	100%
3°	1	11,1%	5	55,6%	1	25,0%	1	33,3%	0	0%
Total	9	100,0%	9	100,0%	4	100,0%	3	100,0%	1	100%

Fonte: Os autores, 2008.

Mesmo com os adventos tecnológicos, observa-se a falta de digitalização nesse setor. A tabela 10 apresenta que 88,9% dos respondentes registram seus custos de forma manual.

Tabela 10. Registro dos Custos

Registros dos Custos	F	F
Manualmente (Caderneta)	8	88,9%
Planilha Eletrônica	0	0,0%
Outros	1	11,1%
Total	9	100,0%

Fonte: Os autores, 2008.

Assim como na tabela 10, a tabela 11 também ratifica a ausência do uso de meios eletrônicos para elaboração de banco de dados com o cadastro dos clientes que possuem uma obrigação para com o empreendimento.

Tabela 11. Registro das Contas a Receber

Controle a Receber	F	F
Manualmente (Caderneta)	9	100,0%
Planilha Eletrônica	0	0,0%
Outros	0	0,0%
Total	9	100,0%

Fonte: Os autores, 2008.

Quanto ao diferencial diante da concorrência Tabela 11, 33,3% dos respondentes afirmaram que tanto os preços quanto a qualidade no atendimento são considerados pontos fortes.

Tabela 12. Diferencial diante da concorrência

Diferencial da Concorrência	F	F
Preços Baixos	3	33,3%
Qualidade no Atendimento	3	33,3%
Qualidade dos Produtos	1	11,1%

Estrutura	1	11,1%
Outros	0	0,0%
Não Respondeu	1	11,1%
Total	9	00,0%

Fonte: Os autores, 2008.

Identificou-se que 55,6% dos empreendimentos não desenvolvem atividade comercial no CAMPUS I em período de greve/férias. No entanto, apenas 33,3% arriscam abrir seus empreendimentos.

Tabela 13. Atividades desenvolvidas em período de greve/férias

Atividades Desenvolvidas em período de greve/férias	F	F
Fecha o Estabelecimento	5	55,6%
Desenvolve atividade comercial em outro ponto	0	0,0%
Cria estratégias para atingir o publico alvo	0	0,0%
Abre o estabelecimento	3	33,3%
Não respondeu	1	11,1%
Total	9	00,0%

Fonte: Os autores, 2008.

5 Considerações Finais

Considera-se que o perfil dos gestores das Lanchonetes da UFPB são homens, acima de 41 anos cuja escolaridade é o ensino médio, não possuem outra forma de renda além de seus empreendimentos e que infelizmente encerram suas atividades em período de greves. Percebe-se que a motivação dos empresários ao investir naquele ponto comercial foi incentivada pela indicação de terceiros e não por estudos baseados pesquisas de mercado.

Apesar disso, as microempresas possuem tempo de vida de mais de 18 anos e, portanto, superam a média de falência nacional de forma animadora.

Já a forma de gestão das Lanchonetes da UFPB merece uma atenção especial vez que, o registro dos custos e das contas a receber são efetuados manualmente em sua totalidade o que pode levar prejuízos ocasionados por erros que a tecnologia ajuda a evitar com facilidade.

Em razão da sazonalidade do negócio estudado, percebe-se que esses empreendedores carecem de políticas voltadas ao ensino de planejamento e análise financeira a fim de encontrar formas eficientes de reduzir os custos, definição de ciclos operacionais e de

caixa, gerenciamento de estoque, etc. a fim de evitar a descontinuidade de seus negócios e dessa forma, aplicar o conhecimento adquirido transformando, com ousadia, a visão em realidade e em novas oportunidades.

6 Referências

DOLABELA, Fernando. **Ensino de empreendedorismo na Educação Básica como instrumento do desenvolvimento local sustentável**. Disponível em: <<http://aplicaciones.icesi.edu.co/ciela/anteriores/Papers/edem/7.pdf>> Acesso em: 17 mar 2008.

FILION, Louis Jacques. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. Disponível em <<http://inf.unisul.br/~ingo/emoreendedorismo.pdf>> Acesso em: 18 mar 2008.

GEM BRASIL - GLOBAL ENTERPRENEUSHIP MONITOR. **Relatório Executivo – Empreendedorismo no Brasil 2006**. Disponível em <http://www.sebraego.com.br/site/arquivos/downloads/NT000AF176_60861.pdf>. Acesso em: 18 mar 2008.

LOPES, Jorge. **O Fazer do Trabalho Científico em Ciências Sociais Aplicadas**. Recife: Editora Universitaria. UFPE, 2006.

SANTOS, Jorge A. **Tudo sobre empreendedorismo**. Disponível em: <http://www.empreenderparatodos.adm.br/empre/mat_18.htm> Acesso em 18: mar 2008.

SCHLEMM, Marcos et al. **Empreendedorismo no Brasil : 2006** Curitiba : IBQP, 228 p., 2007.

SEBRAE. **Boletim Estatístico de Pequenas e Micro Empresas**. 1º semestre de 2005. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas/boletim-estatistico-das-mpe>>. Acesso em: 30 nov. 2007.

PORTIGLIATTI, Anthony. **Empreendedorismo**. Palestra proferida em João Pessoa/PB 09 mar 2008.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

