



FACULDADE CESMA DE MARACANAÚ
DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ANTÔNIO WERMESON BEZERRA DE ALMEIDA

IMPORTÂNCIA DA GESTÃO COMERCIAL EM UM EMPREENDIMENTO
NOMUNICÍPIO DE PALMÁCIA-CE

MARACANAÚ – CEARÁ

2022

ANTÔNIO WERMESON BEZERRA DE ALMEIDA

**IMPORTÂNCIA DA GESTÃO COMERCIAL EM UM EMPREENDIMENTO
NOMUNICÍPIO DE PALMÁCIA-CE**

Trabalho de Conclusão de curso para a aprovação do TCC apresentado a Faculdade Cesma de Maracanaú – FACESMA, como requisito parcial para a obtenção de nota.

MARACANAÚ – CEARÁ

2022

IMPORTÂNCIA DA GESTÃO COMERCIAL EM UM EMPREENDIMENTO NO MUNICÍPIO DE PALMÁCIA-CE

Antônio Wermeson Bezerra de Almeida

RESUMO

O crescimento do empreendedorismo em municípios de pequeno porte tem suscitado questões relevantes sobre como a gestão comercial pode, de fato, determinar a longevidade e o sucesso de um negócio em contextos marcados por alta concorrência e infraestrutura turística limitada. É nesse cenário que o presente artigo se insere, tendo como objetivo central demonstrar a importância de uma gestão comercial adequada em empreendimentos de pequeno e médio porte, tomando como referência o Mercado "O João", estabelecimento situado no município de Palmácia, no estado do Ceará. A pesquisa adota natureza aplicada, combinando levantamento bibliográfico, observação direta da dinâmica da empresa e aplicação de formulário via Google Forms a um grupo de dez clientes habituais do estabelecimento. A análise dos dados seguiu uma abordagem mista, articulando elementos quantitativos e qualitativos para captar tanto os índices de satisfação do consumidor quanto percepções mais subjetivas sobre o papel do empreendedorismo local. Os achados revelam que 90% dos respondentes classificaram como satisfatório ou muito satisfatório o grau de atendimento oferecido pelas empresas em Palmácia, e a totalidade dos clientes do Mercado "O João" declarou satisfação plena com os serviços prestados. Além disso, o preço acessível dos produtos emergiu como o principal fator de escolha para 40% dos entrevistados, o que nos leva a considerar que, em municípios com poder aquisitivo restrito, a política de precificação tende a superar outros atributos competitivos. O que se revela intrigante é que 70% dos respondentes reconheceram que a escassez de pontos turísticos impacta negativamente os empreendimentos locais, evidenciando uma vulnerabilidade estrutural do comércio regional frente à baixa circulação de visitantes externos. Isso reforça a necessidade de estratégias de fidelização voltadas prioritariamente ao público local. A discussão aponta que a cultura empreendedora, quando aliada a uma gestão comercial bem estruturada, representa um vetor de desenvolvimento socioeconômico para cidades como Palmácia. Nas considerações finais, o estudo sublinha que o sucesso do Mercado "O João" não decorre de grandes investimentos, mas da atenção contínua às demandas do consumidor e da capacidade de adaptação ao ambiente competitivo regional, servindo como modelo replicável para novos empreendedores da microrregião de Baturité.

Palavras-chave

Gestão comercial. Empreendedorismo, Palmácia. Satisfação do cliente. Pequenas empresas.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, observa-se um considerável aumento na quantidade de pessoas que

vêm criando seus próprios negócios, buscando uma melhor qualidade de vida, uma maior flexibilidade de horário, autonomia de decisões etc. No entanto, é sabido entender que, abrir o próprio negócio não oferece somente vantagens e, para isso, é preciso de muita responsabilidade, e tomar como ponto de atenção que, sendo proprietária, a pessoa estará exposta a mudanças e ações inesperadas e tempestivas, que exigem jogo de cintura, agilidade, bom senso, experiência financeira, humana e comercial para lidar.

Em Palmácia, município brasileiro do estado do Ceará, localizado na região serrana do estado, microrregião de Baturité, é notório o crescimento de empreendimentos de pequeno, médio e grande porte. As pessoas estão motivadas a montar e comandar seus próprios negócios, modificando ideias já existentes e outros criando novos modelos de negócios. Deste modo, a criação de microempresas na área comercial tem aumentado ainda mais devido à dificuldade de se estabelecer outros tipos de negócio na região.

Diante desse aumento de novas empresas na área do comércio, será abordado neste estudo, a observação de como é desenvolvido o gerenciamento de uma média empresa privada no setor comercial, na região de Palmácia, Ceará. Além disso, o artigo presente visa demonstrar a importância da gestão comercial efetivamente adequada em um empreendimento, seja ele de pequeno, médio ou grande porte. Onde será utilizado como modelo, o gerenciamento adotado na empresa “Comércio O João”, demonstrando como é realizada a administração da empresa, no âmbito regional, levando em consideração suas particularidades, sua localidade, seu público, seu funcionamento, suas metas, os produtos e equipamentos que o comércio oferece, e o seu diferencial quanto a operacionalização de serviços e divulgações.

O responsável por todo esse processo é o empreendedor, o conhecer da gestão comercial. O empreendedor é um indivíduo que está disposto a assumir riscos e, por isso, aproveita as oportunidades de negócio que surgem com vista a integrar-se no mercado e a obter sucesso (Bulut e Sayin, 2010).

Através de um levantamento de dados do “Comércio O João”, pesquisa bibliográfica, e aplicação de um formulário, o estudo se fundamentará, analisando a atuação da área comercial na região de Palmácia, Ceará. O estudo apresentado possui natureza aplicada. Gerando conhecimento para a praticidade e iminentes coordenadas em função a solução de problemas específicos circundando os interesses locais, territoriais e localistas.

EMPREENDIMENTOS X GESTÃO COMERCIAL

Hoje em dia são numerosos os motivos para fundação de novos empreendimentos. Portanto para criação desses novos modelos de negócio é necessário ter um bom ambiente empresarial acompanhado de ótimas melhorias e inovações tecnológicas.

O ambiente empresarial é um fator de extrema importância para beneficiar a empresa na disputa acirrada pelos clientes. Segundo Barbosa Buss (2001)

o ambiente empresarial vem passando por grandes mudanças. Onde é necessário se adequar ao atual momento vivido no mercado de trabalho e para fazer esse procedimento acontecer. O empregador terá de se adequar as novas tecnologias para atender todas as necessidades dos seus consumidores.

Perante a globalização mundial e os avanços tecnológicos. As empresas que empreendem no mercado comercial têm procurado muitas formas de poderem analisar estratégias para se diferenciar dos seus concorrentes. Um dos fatores preponderantes para uma maior visibilidade da instituição mercadológica está vinculado a gestão comercial, onde através de uma ótima administração e com uma boa capacitação dos colaboradores eventualmente tem a oportunidade de se diferenciar de seus principais concorrentes.

Em meio à concorrência, devido ao número exacerbado de empresas no mercado, apresentar um diferencial que faça as pessoas, clientes, atribuírem qualidades e reconhecer os benefícios dos seus produtos e/ou serviços se tornou uma questão de sobrevivência. (GALETO, DAIANE *et al*, 2015, p.1)

A arte de empreender que possibilita criar novos modelos de negócio, tem ganhado bastante importância na sociedade. Segundo Levelberg (2015), muitas são as possibilidades de fundação do próprio modelo de negócio. As estatísticas comprovam que cerca de metade das empresas globais sofrem com a falta de planejamento. Perante esse dado analisado é observado que raramente acontece de novos empreendedores apresentarem a criatividade para estabelecer uma aplicação de forma correta dentro de um planejamento de longo período, sendo que o mesmo é um fator preponderante para um proprietário de uma empresa buscar estabelecer um modelo de gerenciamento de negócio com sucesso.

Empreender e criar um novo negócio tem um papel social muito relevante para o desenvolvimento de uma empresa, cidade ou até mesmo do país. A cultura empreendedora

representa a essência do empreendedorismo. Significa ter o perfil empreendedor, gestão empreendedora e também atitudes proativas em relação a empreender. O comportamento empreendedor e da cultura empreendedora são componentes essenciais para a sobrevivência e o sucesso das organizações num mercado com tanta competição, com mudanças tão rápidas e constantes (DREHER, 2004).

EMPRESA E SEU NEGÓCIO

A microempresa Mercado “O João”, pelo tamanho de sua infraestrutura, física, tecnologia e humana, enquadra-se como um estabelecimento comercial de médio porte. Localizada no município de Palmácia, cidade do estado do Ceará, microrregião de Baturité. A empresa funciona com serviços de atendimento e entregas. Seus produtos são obtidos através de seus fornecedores, no caso, armazéns que trabalham com serviços de venda de alimentos, depósitos de materiais de construção, casas rurais e lojas de peças.

A seu modelo de negócio é constituído pelo quadro pessoal composto pelo proprietário, funcionários de entrega, atendente de caixa, funcionário de limpeza e o secretário de marketing, cada um tendo seus consecutivos cargos na empresa:

A principal ação da empresa está na manutenção de suas mercadorias e equipamentos de utilização dos colaboradores, prestando serviços aos clientes e empresas de pequeno porte de novos microempreendedores na região.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise foi constituída através de um formulário criado pelo site Google forms, um aplicativo gratuito que opera de maneira criativa para desenvolvimento personalizado de formulários e questionários online. Nele o usuário pode agir de maneira inovadora possibilitando na produção de pesquisa de inúmeras escolhas, originar perguntas conversadas, pleitear avaliações de escalas numéricas e gráficas, entre outras funções.

Segundo Gonçalves (2001, p.67):

A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Ela exige do pesquisador um encontro mais direto. Nesse caso o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir um conjunto de

informações a serem documentadas [...].

Dentro dessa perspectiva de analisar o ponto de vista de um determinado grupo de clientes que comparecem a empresa de médio porte mercado “O João”, acerca da opinião das mesmas sobre o conteúdo apresentado, aplicou-se um formulário de caráter amostral, dentro de uma análise quantitativa com o intuito de levantar dados de um determinado número de pessoas, além de contar com uma pesquisa qualitativa em busca de informações de melhorias para empresa.

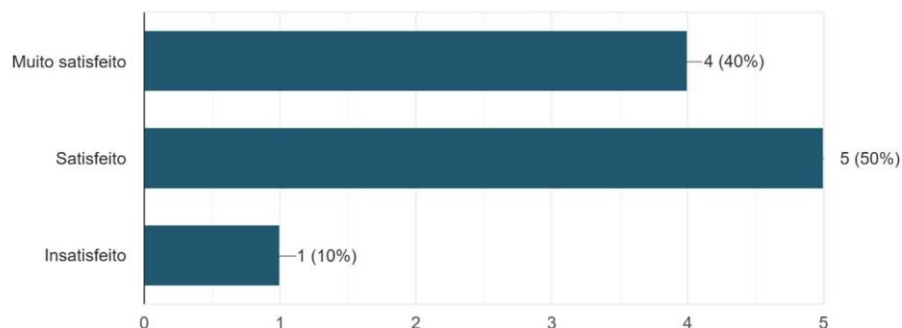
O formulário, composto por questões abertas e fechadas de múltiplas escolhas e questões curtas, foi formulada pelo autor de forma complementar, sendo beneficiado pelos dados recebidos das referidas ferramentas, visando tornar prática e eficaz a obtenção de investigações, com o objetivo de apresentar inspeção contundente com a realidade.

O formulário foi aplicado a um pequeno grupo de pessoas que frequenta a empresa mercado “O João!” Onde os dados foram obtidos através dos questionários feitos sobre a avaliação de satisfação do nosso consumidor sobre o nosso atendimento e também foi formulado coma intenção de analisar melhorias que podemos incluir aos nossos serviços. Na qual os dados foram obtidos através da coordenação dos clientes, encaminhado aos consumidores atravésde um link, onde todos os clientes escolheram objetar a investigação através desse link.

A pergunta inicial questionou qual grau de satisfação do cliente referente aos serviços prestados pelas empresas em Palmácia, conforme elencado pelo Gráfico 01.

Gráfico 01 –

Qual seu grau de satisfação referente aos serviços prestados pelos empreendedores em Palmácia?
10 respostas



Fonte: Pesquisa do autor (2022)

Foi possível constatar que 40% (4 pessoas) representou que o grau de satisfação pelos serviços prestados fora muito satisfeito, ao passo que outros 50% (5 pessoas) reportaram que foi satisfeito. E 10% (1 pessoa) reportou o resultado insatisfeito.

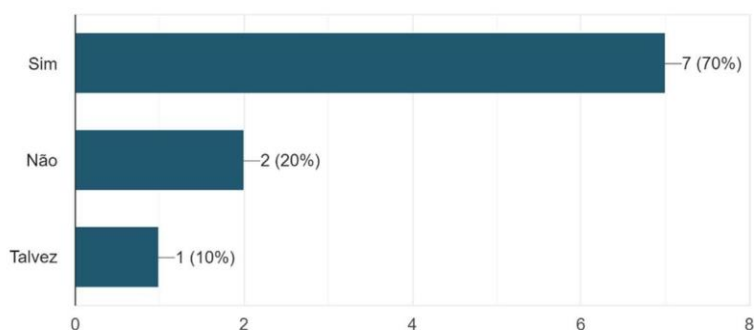
Para maioria dos clientes respondentes, o grau de satisfação pelos serviços prestados pelas empresas em Palmácia é importante para observar que os empreendimentos operam muito bem os seus serviços no município.

Verificou-se dessa forma que os serviços prestados de um empreendimento é uma ferramenta de grande auxílio para ajudar na divulgação da empresa. Pois através de clientes satisfeitos sempre relatam suas experiencias vividas, isso colabora com que amigos e familiares se interessem pelos serviços, obviamente levando o aumento nas vendas das empresas.

Na segunda questão, visou-se identificar se os clientes consideram que a falta de pontos turísticos afeta de forma negativa os empreendimentos em Palmácia, de forma que 70% (7 pessoas) responderam que sim, já 20% (2 pessoas) reportaram que não afeta e 10% (1 pessoa) informou que talvez, conforme demonstrado no Gráfico 02.

Gráfico 02 –

A falta de pontos turísticos afeta de forma negativa o empreendimento em Palmácia?
10 respostas



Fonte: Pesquisa do autor (2022)

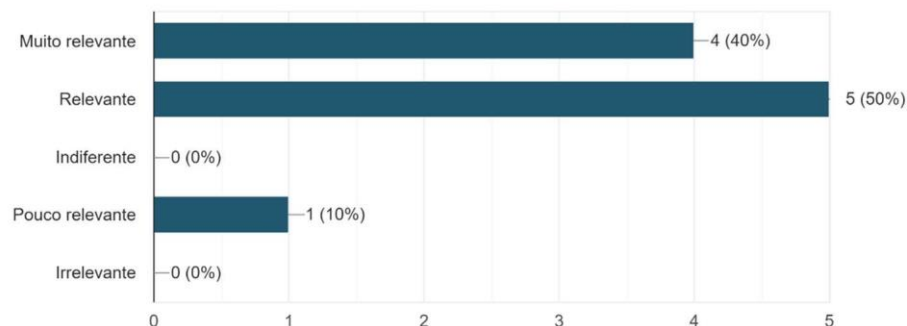
Esta análise nos leva a refletir que para maioria dos clientes do mercado “O João”, os pontos turísticos na cidade são de grande auxílio para os empreendedores, pois através dessas atrações turísticas o município recebe muitas pessoas de vários lugares diferentes, beneficiando de forma positiva os empreendimentos que procuram por uma nova variedade

de clientes para poderem oferecer seus serviços.

Gráfico 03 –

Qual a relevância do empreendedorismo no município de Palmácia/Ce?

10 respostas



Fonte: Pesquisa do autor (2022)

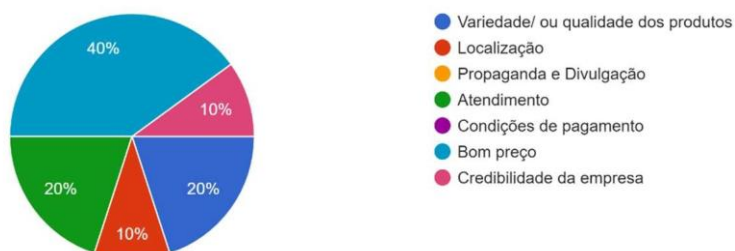
Conforme observa-se no concernido gráfico, 40% (4 pessoas) informaram que o empreendedorismo é muito relevante no município de Palmácia, ao passo que 50% (5 pessoas) relataram que é relevante e 10% (1 pessoa) mencionou que é pouco relevante para cidade. De acordo com os dados obtidos através da análise, é perceptível que a maioria das pessoas respondentes optaram por escolher a relevância, pois a importância de ter empreendimentos em uma cidade beneficia de forma positiva os moradores, pois através da mesma essas pessoas têm uma garantia de maiores oportunidades de emprego.

A 7ª questão solicitou que os entrevistados informassem quais os motivos que os levaram a optar por um empreendimento na cidade de Palmácia, constantes as estatísticas no Gráfico 04.

Gráfico 04 –

Quais aspectos te motivam a optar por um empreendimento em Palmácia?

10 respostas



Fonte: Pesquisa do autor (2022)

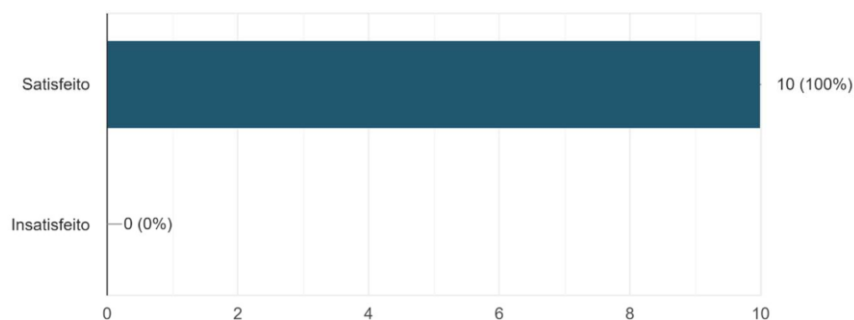
Ao observar gráfico 04, é possível verificar que 40% (4 pessoas) informaram que o bom preço dos produtos é o melhor fator para escolher o empreendimento no município, já 20% (2 pessoas) consideram que um bom atendimento é mais importante, ao ponto que outros 20% (2 pessoas) optaram pela variedade e qualidade dos produtos e 10% (1 pessoa) relatou que a credibilidade da empresa é crucial pela escolha, ao passo que outro 10% (1 pessoa) optou pela propaganda e divulgação.

Esta análise nos leva a observar que, para maioria dos clientes o fator mais chamativo e satisfatório está ligado a empresa que oferece uma maior qualidade de preços em seus produtos. Desta forma observasse que o proprietário que analisa bem o mercado e a concorrência e que tem um amplo conhecimento de expandir horizontes, tem ao seu auxílio uma maior possibilidade de oferecer produtos modificados e com preços mais acessíveis do que os concorrentes já conhecidos pela população local.

Na pergunta 9ª, questionou-se aos entrevistados qual seu grau de satisfação sobre os serviços prestados pela empresa mercado (O João), com quantitativos constantes no Gráfico 05.

Gráfico 05 –

De forma geral, qual sua satisfação com os serviços prestados pela empresa mercado "O João" ?
10 respostas



Fonte: Pesquisa do autor (2022)

A partir dos dados do mencionado gráfico, tem-se que 100% (10 pessoas) informaram que estão satisfeitos com os serviços prestados pela empresa.

Análise desta questão reforça a importância de como serviços prestados tanto no atendimento, serviços de entrega e qualidade dos produtos são benéficos para a satisfação dos clientes em uma empresa, desempenho esse que conforme os dados obtidos pelo gráfico, todos os clientes consideram que empresa mercado (O João) oferece com uma maneira satisfatória e com grande sucesso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com decurso temporal, o grande índice de empresas que operam no ramo comercial em Palmácia tem aumentado em grande proporção. Novos proprietários que buscam deliberar por fundar novos empreendimentos no ramo comercial tem procurado investigar muitas maneiras para beneficiar na fundação de uma gestão comercial de sucesso, procurando maneiras para se destacar através dos serviços oferecidos pelo mesmo para se destacar perante a população local.

Desta maneira existe dúvida a respeito de como esses novos proprietários podem ter a capacidade de intelecto para expandir horizontes e montar um modelo de negócio de bastante sucesso em um município que não possui muitos pontos turísticos e que também possui um índice bastante elevado de concorrência. Efetuando que o proprietário da empresa investigue uma busca de montar uma empresa tanto pequena, médio e grande porte com uma ótima gestão de negócio e com uma alta variedade de produtos e bons serviços tanto no atendimento quanto na questão das divulgações.

Na constituição da presente pesquisa, observou-se que os clientes entrevistados da empresa mercado (O João) acreditam que o empreendedorismo comercial em Palmácia, é uma ferramenta muito relevante para o desenvolvimento da cidade.

A pesquisa também demonstrou, quais aspectos são relevantes para montar um empreendimento no município e quais serviços e produtos os consumidores procuram na hora de optar pelos benefícios oferecidos por uma empresa.

Através da presente pesquisa, conclui-se que a afirmativa de que o empreendedorismo em Palmácia está em constante desenvolvimento, e que a empresa mercado (O João) está inclusa junto a essa evolução, pois a mesma tem procurado informações para se beneficiar de forma positiva perante o mercado de concorrência e analisar maneiras de como a empresa junto de seu proprietário e seus colaboradores buscam

atender as expectativas com uma alta satisfação de seus consumidores.

A pesquisa também reforçou que, Palmácia é uma cidade que possui um pequeno índice de atrações turísticas, colaborando negativamente com a dificuldade de novos empreendedores terem em seu benefício oferecer seus catálogos de serviços para clientes visitantes de fora da área de território local e de outras regiões.

Objetivo principal deste trabalho busca demonstrar a relevância da importância da gestão comercial, que quando efetivada de maneira adequada em um empreendimento no município de Palmácia, colaboraria com a fundação de novos empreendimentos no ramo comercial de maneira correta.

Isto posto, esta investigação constitui um embasamento para futuras análises a respeito do empreendedorismo em Palmácia, assim como verificou-se a importância de destacar que não somente os novos empreendedores podem procurar fundar suas empresas no ramo comercial e sim explorar novas possibilidades de ideias de modelos de negócio que podem ser impostos no município e que terão o mesmo sucesso que uma empresa que opta atuar pelo setor comercial.

REFERÊNCIAS

Bulut, Y., & Sayin, E. (2010). **An Evaluation of Entrepreneurship Characteristics of University Students: An Empirical Investigation from the Faculty of Economic and Administrative Sciences in Adnan Menderes University.** *International Journal of Economic Perspectives*, 4, 3, 559-568.

BUSS, C. F. B. **Administração de negócios através de agentes modelo gestão comercial entre fornecedor e cliente.** [s.l.: s.n.]. Florianópolis, SC, 2001.

DREHER, M. T. **Empreendedorismo e responsabilidade ambiental: uma abordagem de empreendimentos turísticos.** Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

GALETO, DAIANE *et al.* **MARKETING E GESTÃO COMERCIAL**, Curitiba, 2015, p. 63. Disponível em: <https://esic.br/arquivos/repositorio/2016-1/PI2%20-%20Dominio%20Prod%20Odontologicos.pdf>. Acesso em: 19 maio 2022.

GONÇALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.

LEVERBERG, M. **O que motiva alguém a montar o seu próprio negócio**. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/o-que-motiva-alguem-a-montar-o-seu-proprio-negocio-779/>. Acesso em: 19 maio 2022.