

DINÂMICA DE COMÉRCIO LOCAL PARQUE FURQUIM

Ana Paula CUNHA¹

RESUMO: Neste artigo propomos uma pesquisa de campo para descrição de uma área delimitada do bairro Parque Furquim, sendo ela em volta do Centro Universitário Toledo. Essa descrição definirá quais são os maiores percentuais de gêneros predominantes no bairro, classe social e tempo de residência para poder descobrir o consumo do bairro e qual a deslocação atual desses moradores para poder consumir. Entretanto tem um enfoque maior nas dificuldades e oportunidades empresarias.

Os resultados têm grande valor para novos investidores no bairro, pois o bairro sofre com algumas necessidades.

Por fim, mostra algumas hipóteses sobre novos negócios em potencial para o bairro, levantadas em cima da pesquisa de campo com as empresas do bairro e moradores.

Palavras-chave: Perfil. Empresa. Moradores. Bairro. Consumo.

1 INTRODUÇÃO

O tema deste artigo será a dinâmica do comércio local em volta do Centro Universitário Toledo. A delimitação do local foi feita, pois o bairro é muito grande, o tempo era pequeno e seria muito importante saber a dinâmica em torno da Faculdade.

A principal finalidade desse tema é o reconhecimento do bairro, para poder fazer uma descrição precisa de quem reside no bairro, qual seu consumo, como estão as empresas no bairro e se há novas oportunidades de negócio.

Este tema tem uma grande relevância para os possíveis investidores e também para a população do bairro.

Os métodos utilizados foram dedutivos, pois partiu do geral que é o bairro e focou em específico para as empresas; explanatório, pois formará algumas hipóteses; pesquisa de campo com aplicação de questionários e documental.

¹ Discente do 3º ano do curso de Administração do Centro Universitário "Antonio Eufrásio de Toledo" de Presidente Prudente. E-mail annapc.jc@hotmail.com Bolsista do Programa de Iniciação Científica, do grupo Gestão e Sustentabilidade orientado por Wilson de Lucas Forte Machado.

2 DESCRIÇÃO DO BAIRRO

Nos tópicos seguintes a abordagem será para descrição do bairro, dando um maior enfoque para o perfil dos moradores e o perfil do consumo no bairro, relatando o que foi compreendido na pesquisa de campo.

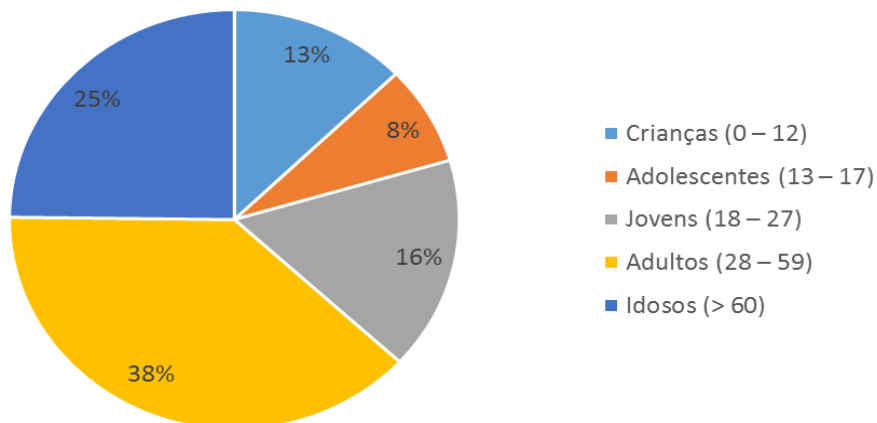
2.1 Perfil dos Moradores

O bairro Parque Furquim é bem antigo na cidade, assim a visão da maioria das pessoas era que o bairro tinha uma grande maioria de família constituída por idosos. Porém a pesquisa de campo mostrou que na verdade o bairro tem mais famílias constituídas por jovens do que constituída por idosos. Ainda se tem uma boa porcentagem de famílias constituídas de idosos, mas todos com uma idade avançada.

O gráfico abaixo mostra o resultado dos questionários aplicados, que comprovam que por sua grande maioria os residentes das casas são adultos, com 38%, mas ao unir as crianças (13%) e adolescentes (8%) com os adultos que normalmente são parte de uma família com pessoas mais novas, obtemos um resultado de 59% sendo família jovem, assim mostrando que na verdade o bairro não é de famílias de idosos e sim de família jovens, ou seja, pessoas mais novas. Isso sem contar que pode ocorrer de alguns jovens ainda morarem com a família, assim aumentando mais ainda o número de família.

O perfil atual de moradores do bairro é de 59% família jovem, 25% família idosa e 16% jovens, que podem estar morando sozinhos ou com as famílias.

FIGURA 1 – Porcentagem de gêneros residentes na casa



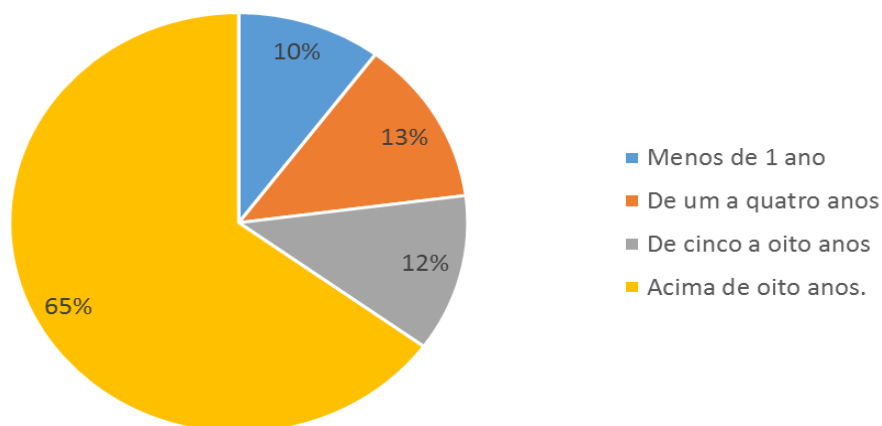
FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

A população habitante reside no bairro a um maior tempo, por este fato as pessoas acreditavam que o bairro tinha pessoas com mais idade.

A pesquisa mostrou que tem no bairro cerca de 65% de pessoas que residem há mais de 8 anos, porém 33%(FIGURA 3) reside até 20 anos, tornando a possibilidade dessas pessoas terem a idade de até 45 anos, ainda considerada adulto e não idoso.

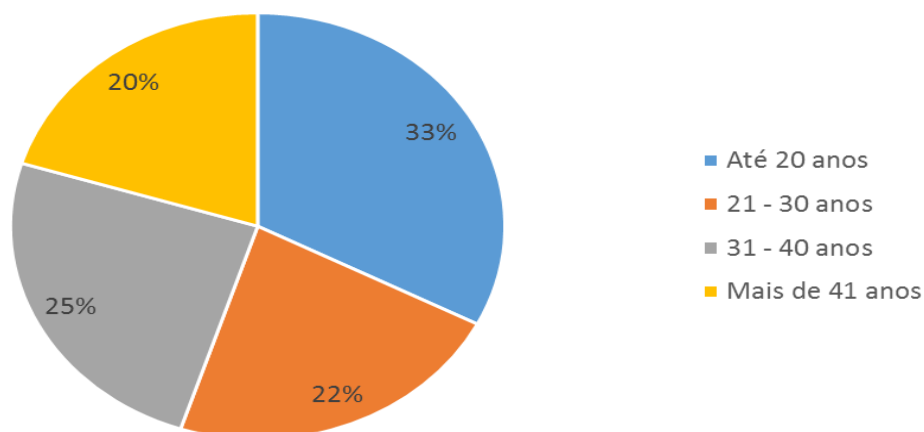
Conforme leitura do gráfico abaixo há 10% de pessoas com menos de 1 ano e 13% de 1 até 4 anos. Ao fazer o cruzamento desses dados, o maior motivo da residência dessas pessoas é família e trabalho (FIGURA 4). Mostrando que o bairro ainda conta com um número muito pequeno de estudante, mesmo com a grande influência do Centro Universitário Toledo.

FIGURA 2 – Tempo de residência dos moradores do bairro



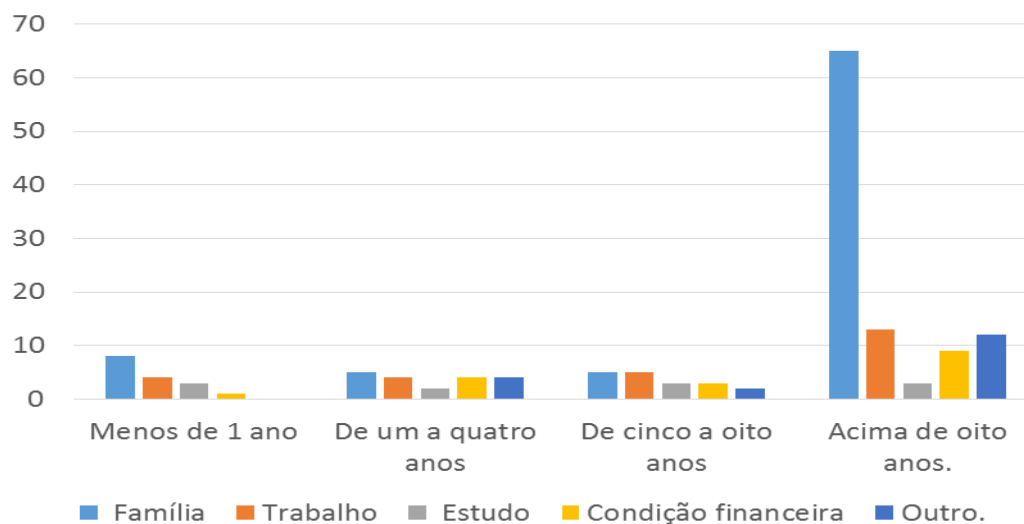
FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

FIGURA 3 – Tempo de residência dos moradores acima de 8 anos



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

FIGURA 4 – Cruzamento de motivo da residência com o tempo de residência

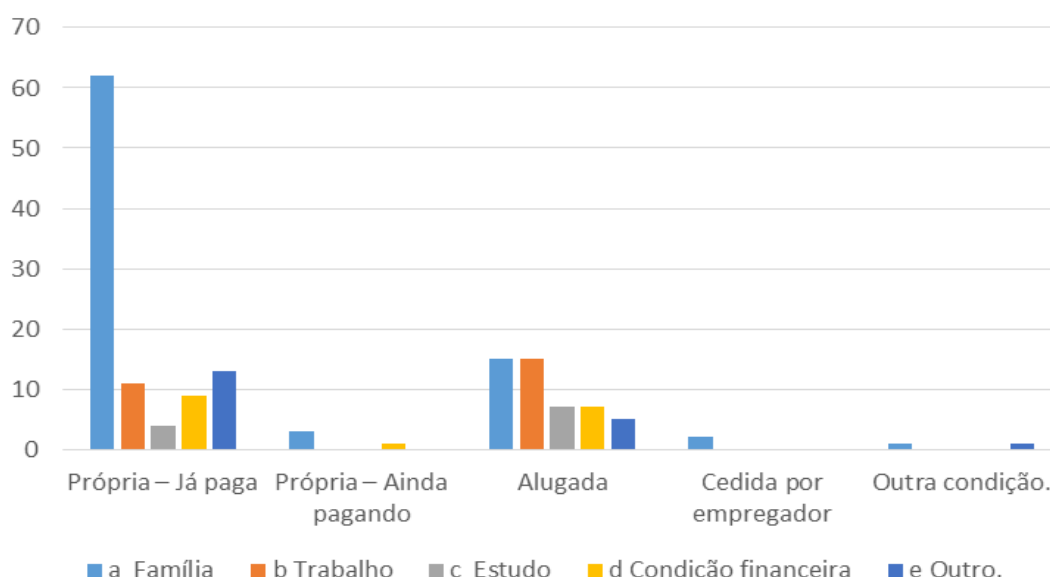


FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

A maioria das casas pesquisadas já são pagas, deste modo impossibilitando o aumento de novos estudantes.

A porcentagem de casas que são alugadas é de 31%. As pessoas que reside nestas casas alugadas têm como motivo de residência família com 15 pessoas, trabalho com 15 pessoas, estudo 7 pessoas e outros motivos mostrados na tabela a baixo. Portanto a pesquisa mostra que os estudantes são minorias neste bairro e os motivos são claros, pois não há casas ou locais disponíveis para moradia.

FIGURA 4 – Cruzamento de motivo da residência com situação do imóvel



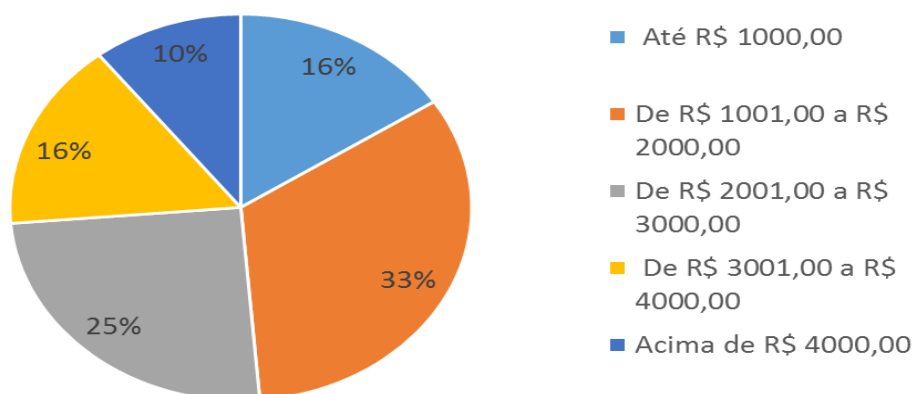
FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

2.2 Perfil de Consumo

A renda é um dos fatores que mais determinam o perfil do consumidor, pois com ela descobrimos o quanto esse consumidor pode gastar.

A pesquisa de campo mostrou que a renda predominante é de 2 a 4 salários mínimos, baseado no salário de R\$ 788,00 (setecentos e oitenta e oito reais).

FIGURA 5 – Renda Familiar

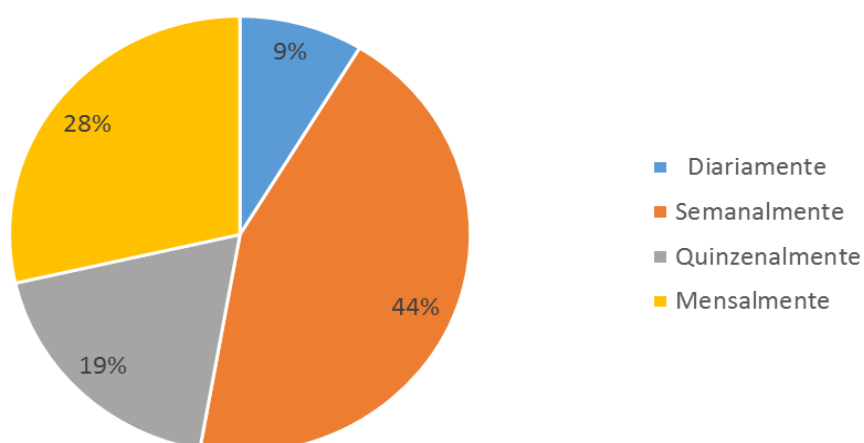


FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Para poder identificar o perfil de consumo foi pesquisado onde essas pessoas fazem compras, ou seja, o quanto se deslocam para comprar e qual essa frequência.

A quantia maior, frequenta o mercado semanalmente com 44% e mensalmente com 28%. Há uma porcentagem que vai ao mercado diariamente com 9%, mas os pesquisadores em campo notaram que os idosos gostam de ir ao mercado para passear, dando o mercado como local de lazer. Os 19% restantes vão ao mercado quinzenalmente.

FIGURA 6 – Frequência ao mercado



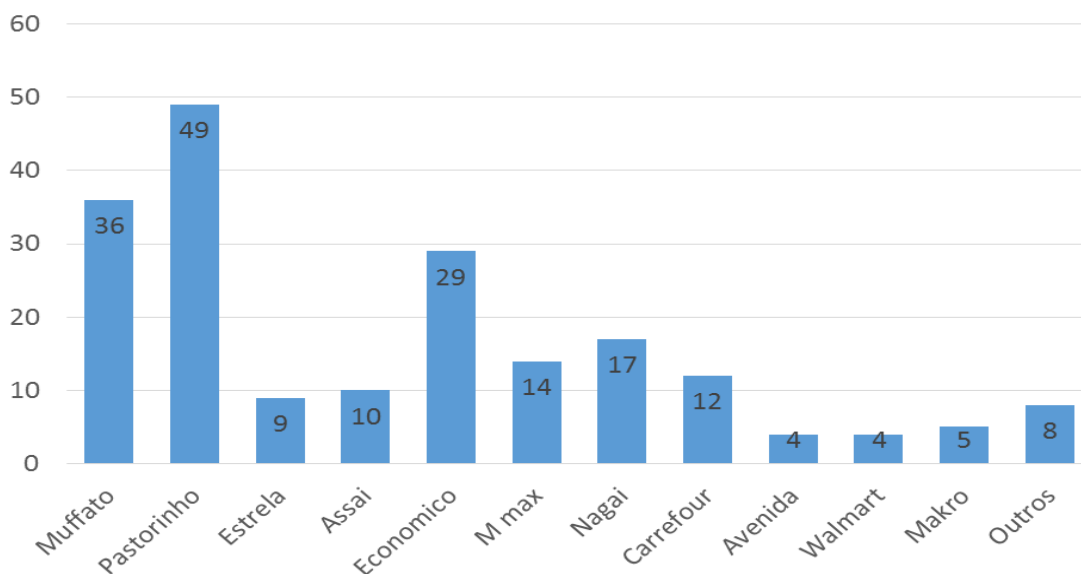
FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

O gráfico mostra os mercados que são mais frequentados. O Pastorinho que foi o com maior número de resposta é um mercado que fica próximo

ao bairro, e a clientela é de bastante idosos e o econômico também é bem próximo ao bairro, já os demais são mais distantes do bairro.

Cerca de 155 pessoas se deslocam bastante do bairro para fazer suas compras e 78 pessoas compram mais próximo do bairro.

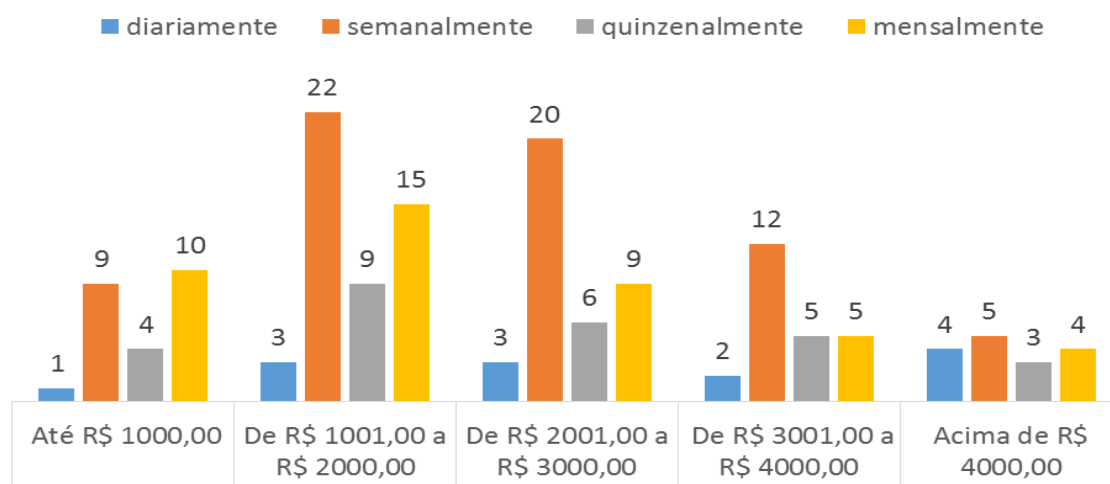
FIGURA 7 – Mercados que frequentam – Presidente Prudente/SP



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Ao cruzar estes dados percebe-se que independente da renda a predominância é ir ao mercado semanalmente ou mensalmente e quem vai todos os dias é possível que só vá para passear, pois os idosos veem o mercado como local de lazer.

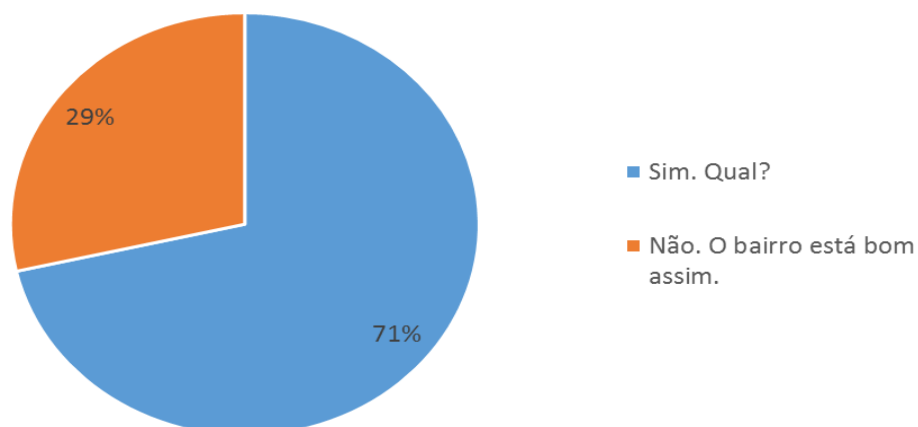
FIGURA 8 – Cruzamento da renda com a frequência ao mercado



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Os consumidores deste bairro poderiam consumir muito mais do que já consomem, pois, os dados coletados mostram que 71% gostaria que novas empresas fossem instaladas no bairro.

FIGURA 9 – Deveria vir novas empresas para o bairro

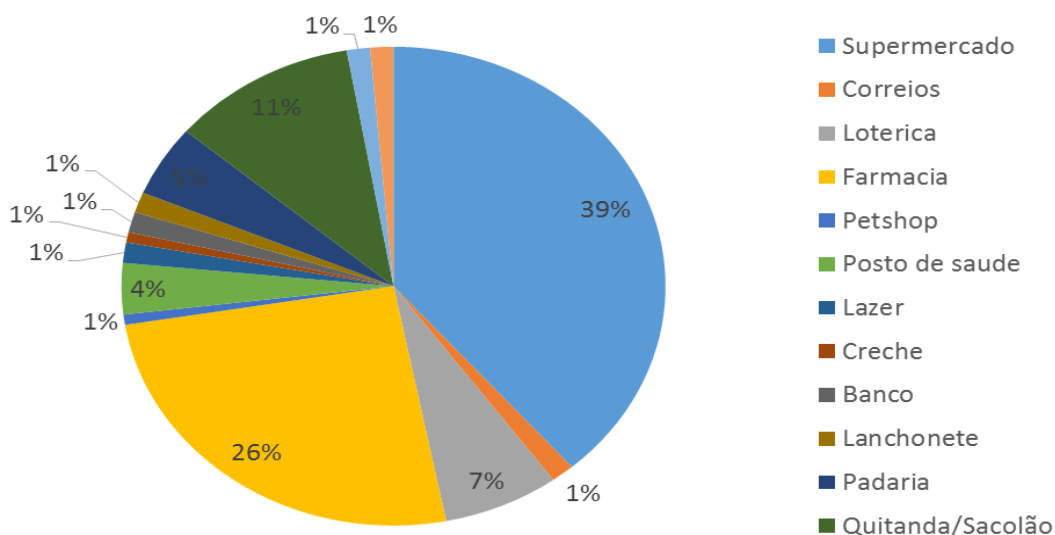


FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Destas empresas eles descreveram como principal Supermercado e Farmácia.

Em primeiro momento não foi feita pesquisa para saber se ao abrir alguma destas empresas realmente as pessoas frequentariam, mas o interesse por elas foi muito demonstrado sendo que só cerca de 29% acha que o bairro não precisa de mais nada.

FIGURA 10 – Empresas que deveriam vir para o bairro



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

3 DESCRIÇÃO DAS EMPRESAS

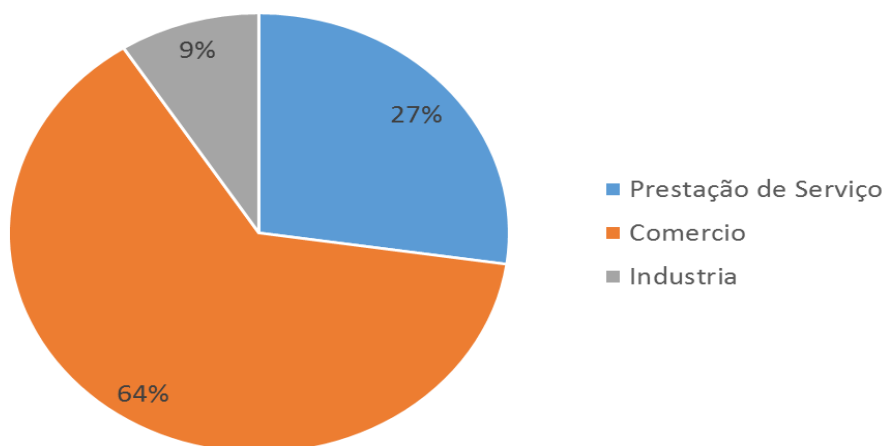
Nos tópicos a seguir será descrito as empresas que possuem no bairro, apontará algumas dificuldades no bairro e algumas possibilidades de comercio local.

A pesquisa foi feita em campo com todas as empresas ao redor do Centro Universitário Toledo, dando um total de 20 empresas.

3.1 Descrição Empresarial Local

Atualmente as empresas que possuem no bairro são 64% comercio, 27% prestação de serviço e 9% indústria.

FIGURA 11 – Tipos de negócios

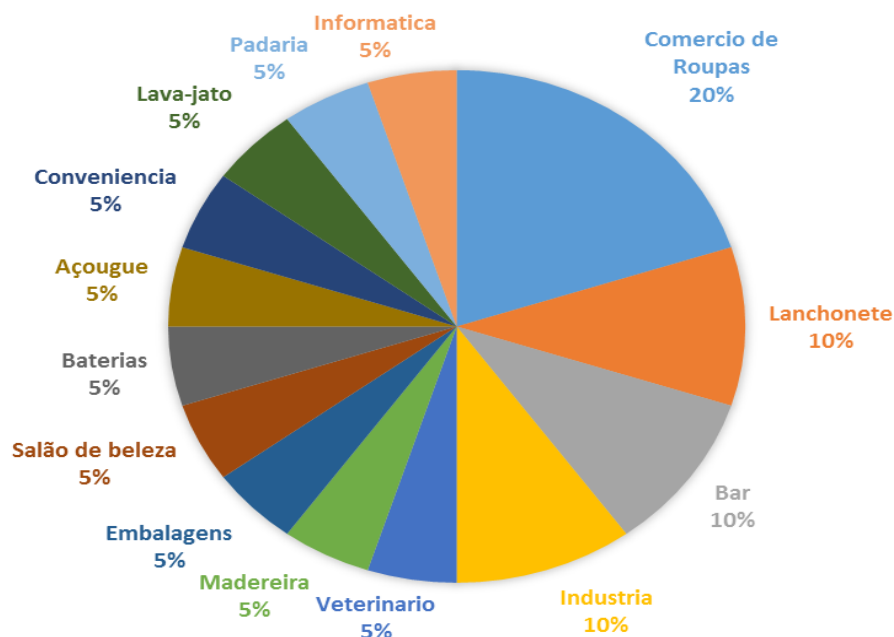


FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Destas empresas sendo 20% comercio de roupas, 10% lanchonete, 10% bar, 10% indústria, 5% veterinário, 5% madeireira, 5% embalagens, 5% salão de beleza, 5% comercio de baterias, 5% açougue, 5% conveniência, 5% lava jato, 5% padaria e 5% informática².

² A empresa de informática fechou logo depois das pesquisas de campo.

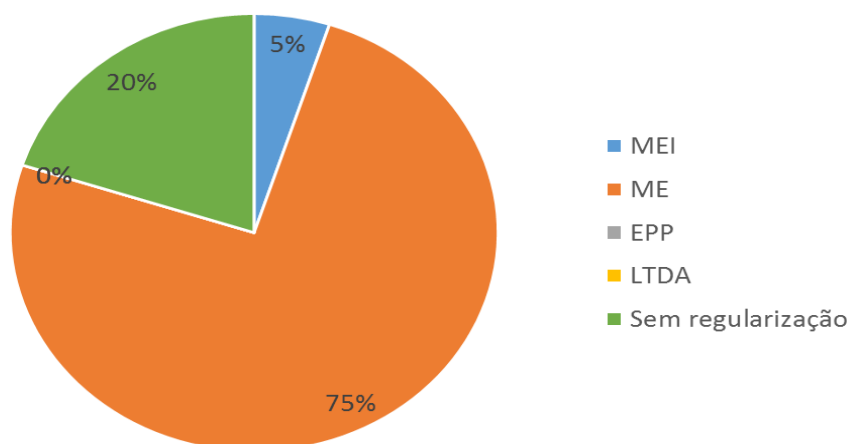
FIGURA 12 – Ramos empresarias de atuação



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

A maioria das empresas são Microempresas, que a receita bruta pode ser igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) com 75%, também há cerca de 20% das empresas sem regularização e 5% microempreendedor individual que a receita bruta não pode ultrapassar R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais).

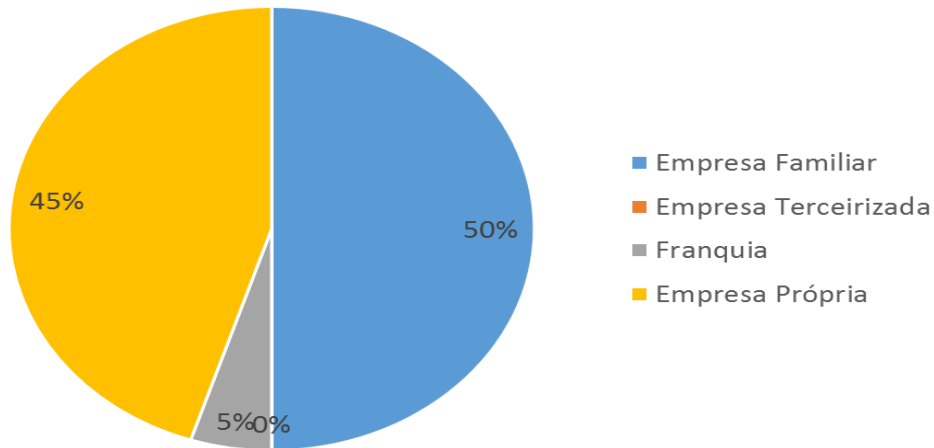
FIGURA 13 – Classificação Fiscal



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

As empresas são 50% familiar, 45% própria e 5% franquia.

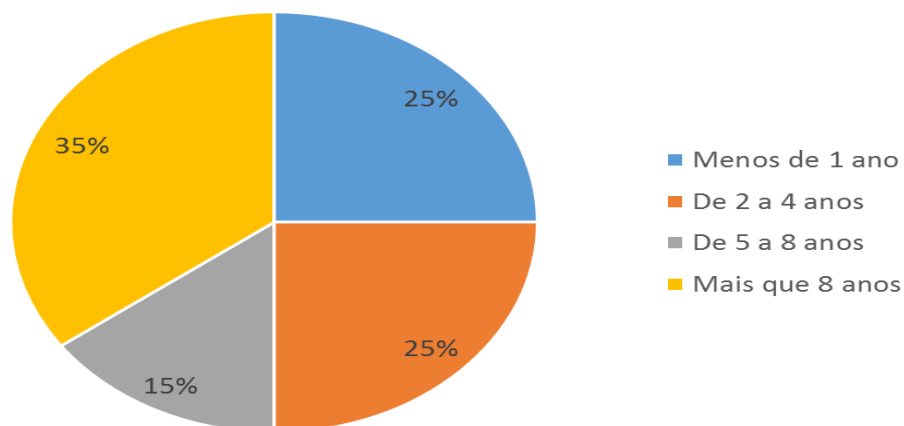
FIGURA 14 – Classificação



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Uma parte bem significativa está a um tempo no bairro, sendo que 35% está mais de 8 anos, 15% está de 5 a 8 anos, 35% de 2 a 4 anos e 25% menos de um ano.

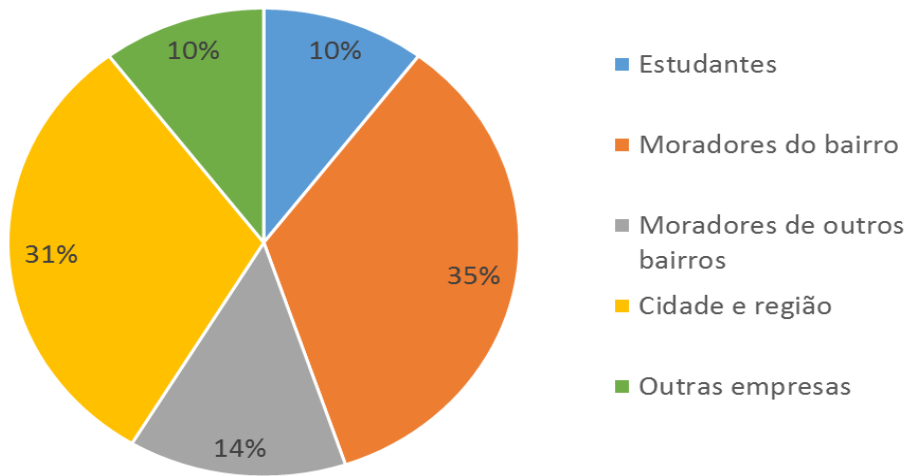
FIGURA 15 – Tempo que a empresa está no bairro



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

A maior carteira de clientes destas empresas são 35% de moradores do bairro, 31% cidade e região, 10% estudante, 14% moradores de outros bairros e 10% outras empresas.

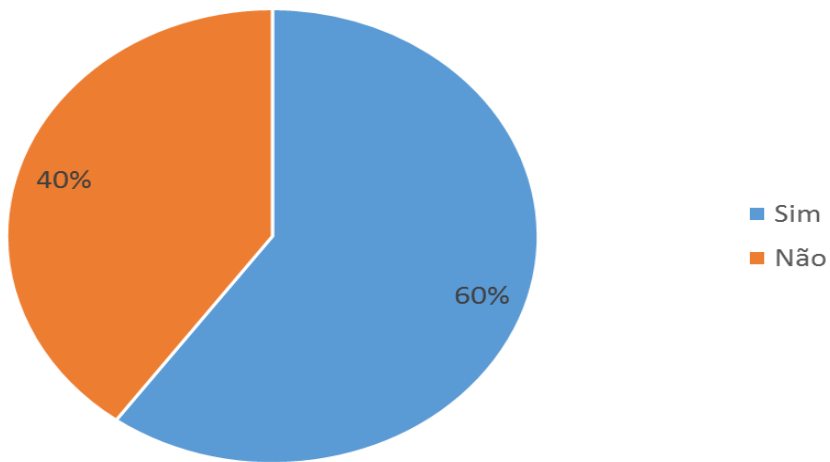
FIGURA 16 – Carteira de clientes



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Grande parte dos empresários no bairro é morador do próprio bairro, sendo 60% morador e 40% não.

FIGURA 17 – Empresário é morador do bairro?

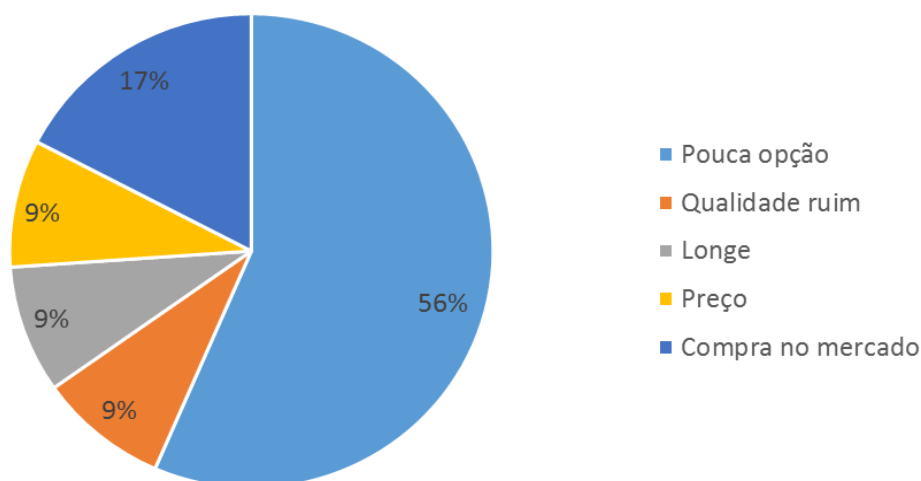


FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

3.2 Dificuldades e Possíveis Oportunidade do Comercio Local

Os moradores do bairro reclamaram bastante na pesquisa de campo, dizendo que falta muitas empresas e que acabam não comprando no bairro por alguns motivos. Sendo eles: Pouca opção (56%), qualidade ruim (9%), distancia (9%), preço (9%) e porque já efetua a compra no mercado (17%).

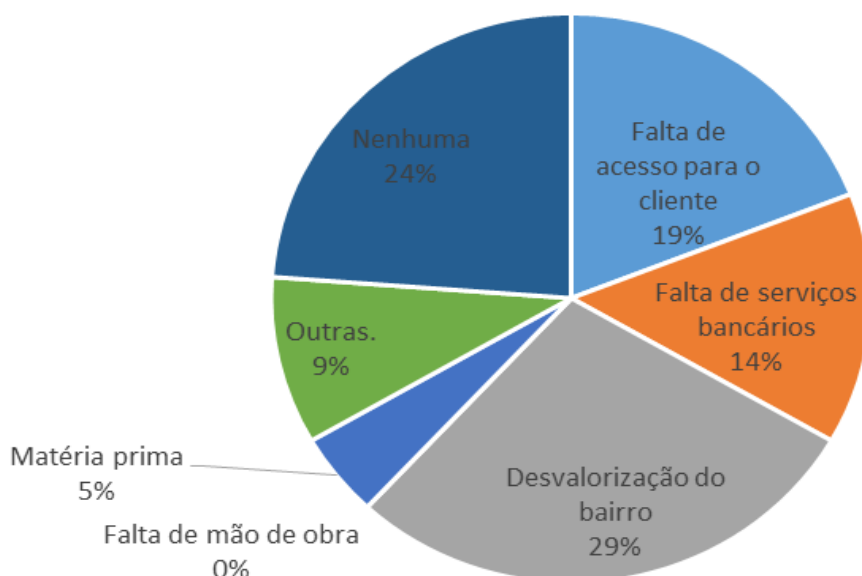
FIGURA 18 – Motivo que moradores não compra no bairro



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Como o bairro conta com poucas empresas, foi pesquisado se há alguma dificuldade sofrida no bairro. 29% respondeu que a dificuldade que ela sofre é a desvalorização do bairro, esta desvalorização é sofrida porque a Vila Furquim que fica bem próxima já foi uma favela, hoje em dia não sendo mais, porém a fama do local ainda não mudou. 19% reclamou de falta de acesso para os clientes, 14% sente a falta de serviço bancário, coisa que os moradores também sentem, cerca de 8% dos moradores indicaram como novos negócios Lotérica e Banco. Porém 24% não tem nenhuma dificuldade no bairro.

FIGURA 19 – Dificuldades enfrentadas por empresas

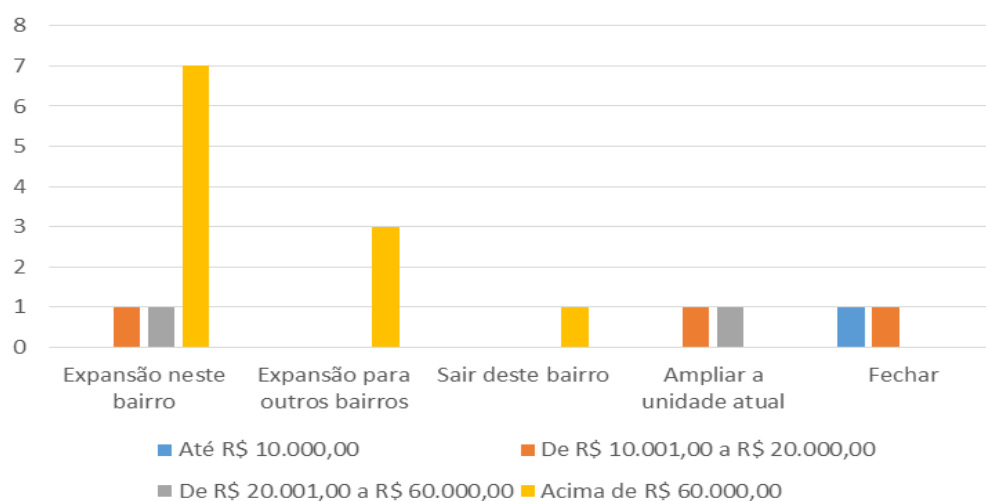


FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

Ao comparar o faturamento com a visão que elas têm para 2020 algumas empresas com faturamento mais baixo pretendem fechar³, outras pretendem ampliar no bairro e outras ampliar a unidade atual.

As empresas acima de sessenta mil reais de faturamento sete pretende expandir no bairro, outras expandir para outros bairros e uma pretende sair do bairro.

FIGURA 20 – Cruzamento de faturamento com visão da empresa 2020



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

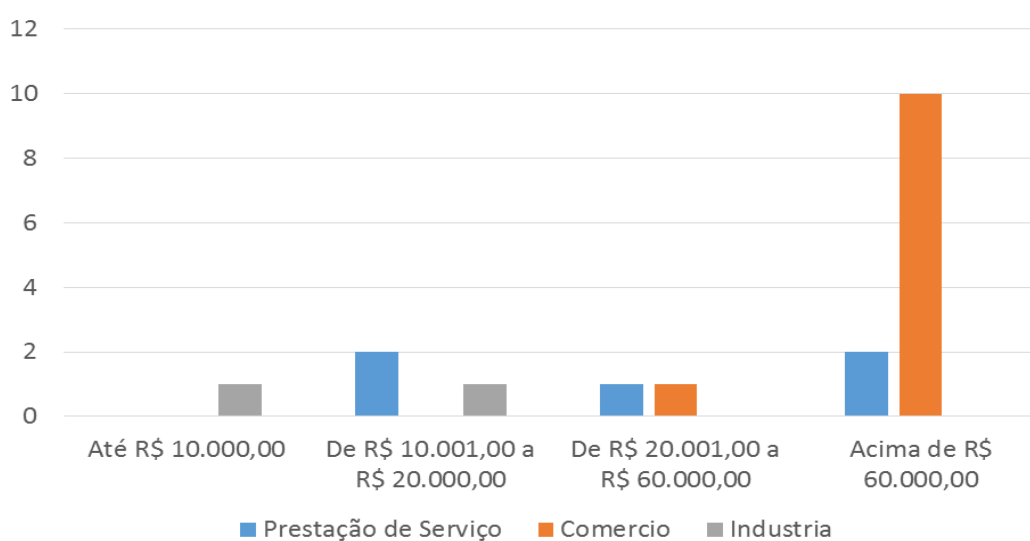
³ Isso sem contar a empresa de Informática que já foi fechada. Na pesquisa ela informou ter vontade de crescer no bairro, porém sem explicação fechou.

As empresas com um faturamento maior são comércio e serviço mas comércio se destacando mais no bairro.

Com estes dados pode se afirmar que o bairro tem uma oportunidade muito grande comércio, pois estas empresas têm pretensão de se expandirem de alguma forma e o faturamento delas são atrativo.

Não se sabe exatamente quanto essas empresas faturam, pois muitas se negaram a responder ou podem ter ocultado a respeito.

FIGURA 21 – Cruzamento de faturamento anual com tipo de comércio



FONTE: Grupo de Iniciação e Pesquisa, 2015

4 CONCLUSÃO

Há poucas empresas no bairro e o bairro apresenta uma enorme necessidade de novos negócios.

Por vontade dos moradores deveria ser estudado a respeito de abertura de um mercado, como exemplo uma rede Estrela ou Pastorinho, pois só com os dados coletados há uma grande possibilidade de uma boa cartela de cliente. Porém do outro lado o bairro não oferece muitos espaços vagos para a abertura de um mercado, por este fato tem que haver um estudo mais a fundo.

Observasse que se tem oportunidades para novos comércios, principalmente na área de alimentação como exemplo lanchonete, pois atualmente o

Centro Universitário Toledo está em expansão, com isso o número de estudantes irá aumentar e existem poucos locais para se alimentar.

Notasse que os moradores sentem necessidades um tanto quanto básicas que seria de grande utilidade tanto para os moradores quanto para as empresas, que são os serviços bancários, agencia de correios, aumento do número de Garis para a limpeza do bairro e um posto de saúde.

A pesquisas feita no bairro inicialmente foi principalmente para um reconhecimento do bairro e um direcionamento para novas pesquisas e conforme dados mostrados a pesquisa poderá ser muito mais aprofundada, extraindo novos dados e criando novas conclusões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CENTRO UNIVERSITÁRIO “ANTONIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”. **Normalização de apresentação de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. 2007 – Presidente Prudente, 2007, 110p.

PETERNELLI, Luiz Alexandre. Estatística Descritiva. **Instituto de Matemática e Estatística**. Disponível em: <http://www.ime.usp.br/~rvicente/Paternelli_Cap2.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2015.

MANZATO, Antônio Jose; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. **Universidade Federal de Santa Catarina**. Disponível em: <http://www.inf.ufsc.br/~verav/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf> Acesso em: 13 jul. 2015.

KAUARK, Fabiana da Silva; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carolos Henrique. **Metodologia da pesquisa**. Itabuna: Via Litterarum, 2010, 86p. Disponível em: <<http://www.pgcl.uenf.br/2013/download/livrodemetodologiadapesquisa2010.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2015.