PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: ATIVIDADE INFORMAL EM COLETIVOS DA LINHA – ANANINDEUA/BELÉM

Jairton Dimas do Nascimento SILVEIRA

SILVEIRA, Jairton Dimas do Nascimento. **Planejamento Estratégico: atividade informal em coletivos da linha – Ananindeua/Belém.** Projeto de investigação científica do Curso de Administração – Centro Universitário Fibra, Belém, 2017.

Esta pesquisa se pauta na verificação da existência de planejamento de recursos financeiros na atividade informal nos coletivos Ananindeua/Belém. O estudo justifica-se devido ao crescente aumento de trabalhadores que atuam na informalidade, por conta da conjuntura atual em que se encontra o país, imerso em uma crise. Foram realizadas leituras para embasamento conceitual por meio da análise de autores ligados ao arcabouço teórico desta pesquisa. Em média, foram realizadas 60 visitas aos informantes. A pesquisa revelou que, entre os entrevistados, 87% eram do sexo masculino; 55%, casados; e 42% moravam em residência alugada, e 33%, em residência própria, comprada com o

dinheiro arrecadado como vendedores nos coletivos. Os demais moram em casa de familiares. Comprovou-se que a maioria não exercia outra atividade, anteriormente, ao trabalho de ambulante. Com relação à faixa etária, percebeu-se que, após 40 anos de idade, havia menor aceitabilidade ao trabalho informal nos coletivos, uma vez que a maioria dos pesquisados encontravam-se com idade entre 21 a 30 anos, seguindo de 32% com idade de até 20 anos e 8% com idade entre 31 a 40 anos. No que concerne à escolaridade, 98% possuíam nível de instrução entre o Ensino Fundamental Incompleto e Ensino Médio Incompleto. Somente 2% possuíam Ensino Médio Completo. A baixa qualificação profissional desses trabalhadores os impedem de obterem melhores postos de trabalho. Quanto ao tipo de produtos mais comercializado por esses trabalhadores, estão os de gêneros alimentícios, que têm uma saída maior. Os resultados indicaram que a dificuldade de emprego formal está entre as principais causas da informalidade (53%). Isso converge com o nível de escolaridade desses trabalhadores. A oportunidade de ganhar dinheiro (34%) foi o segundo motivo alegado. Foi apontada como terceiro motivo a necessidade de independência financeira (7%).

As horas médias trabalhadas diariamente indicaram que a jornada de trabalho é muito extensa. Trabalham cerca de 12 horas por dia. E a média de dias de trabalho na semana é de 06 dias, O dia de folga não foi especificado, podendo nem ocorrer. Com base no planejamento de recursos econômicos e financeiros, constatamos que mais de 70% dos questionados iniciaram a atividade por meio de recursos de terceiros (empréstimos com familiares e amigos). Essa característica é reflexo do fato de que geralmente os ambulantes que iniciam nessa atividade estão desempregados. Essa situação é muito comum também em empresas de pequeno ou médio porte, em que muitos empresários recorrem a capital de terceiros, empréstimos bancários ou investimentos de outros, para iniciarem no mercado. Constata-se, ainda, que 15% dos entrevistados, conseguiram o recurso por meio de outros meios, definidos como “bicos”, ou seja, prestação de serviços para outrem sem a formalização em Carteira de Trabalho Profissional. A maioria dos entrevistados (33%) não quis informar o seu rendimento, mas, mesmo assim, foi possível saber que uma parcela significativa obtém uma receita superior a R\$100,00 por dia. O que significa, em termos de remuneração bruta,

maior que um salário mínimo. Esse fator reflete possivelmente na média de tempo que se trabalha como ambulante, 16 anos. Acredita-se que os trabalhadores permanecem nessa atividade, por serem mais vantajosos que o emprego formal. Dos entrevistados, 78% compram os produtos em comércios atacadistas, adquirindo mercadoria por valores mais baixos, podendo, assim, aumentar seu lucro. O local de compra é próximo ao de venda, o que facilita a mobilização do produto. Mas, em situações de emergência para a reposição de produtos, os ambulantes compram de outros ambulantes. É possível deduzir que os trabalhadores não conseguem realizar uma projeção da venda que possa evitar a falta de produtos, ou a compra de produtos mais caros. O preço de mercado é determinado pela interação entre compradores e vendedores em mercados completamente competitivos. O autor acentua ainda que em mercados não competitivos, geralmente prevalece um único preço, portanto o preço de mercado será o preço médio predominante. A determinação do preço é tabelada, representando 87% dos entrevistados. Além das formas de determinação de preço apresentado, existe também o acordo entre os concorrentes do mesmo setor de

atuação. Nota-se que 87% dos ambulantes nunca ou raramente realizaram o controle financeiro das vendas dos produtos. Mesmo em se tratando de uma atividade informal, é possível realizar o planejamento e o controle. Oliveira (2013) apresenta vários controles financeiros básicos, dos quais dois podem ajudar os ambulantes: o controle diário de caixa e o controle diário das vendas. Os ambulantes conseguem sustentar sua família através da venda de produtos nos coletivos. Averiguou-se que 71% dos entrevistados não realizam investimento para o negócio crescer, quiçá seja pela não formação e profissionalização dos ambulantes, já que 82% dos entrevistados têm somente o ensino fundamental, completo ou não. 75% dos ambulantes identificam o lucro após efetuarem o pagamento de todas as contas e ainda conseguem uma sobra do montante. Apenas 13% que dizem fazer controle financeiro com frequência. Apenas 09% fazem a identificação do lucro evidenciando a diferença entre entradas e saídas. Observou que o crescente número de ambulantes se dá devido, principalmente, à dificuldade de encontrar um trabalho formal. Essa realidade se acentua em momentos de crise, quando aumenta o número do desemprego. Acreditava

que os vendedores ambulantes não possuíam nenhum planejamento, porque ingressavam na atividade por falta de oportunidade. Essa suposição confirmou-se. Constatou-se a inexistência de conhecimento e da aplicabilidade de planejamento de recursos econômico-financeiros. Sem planejamento devidamente aplicado, torna-se difícil identificar que a atividade está gerando lucro e crescimento. Evidenciou, também, que os motoristas, no geral, não criam dificuldade ou impedem os vendedores de oferecerem os produtos, talvez por saberem da necessidade que eles têm de trabalhar. Na percepção dos cobradores, os passageiros se sentem incomodados com a presença dos ambulantes nos coletivos, e destacam que a maior aquisição de produtos se dá pelo carisma do vendedor. Conclui que mesmo as atividades informais podem e devem planejar, controlar e gerir seus recursos econômico-financeiros.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento Estratégico.
Atividade informal. Coletivos da linha –
Ananindeua/Belém.

REFERÊNCIA

OLIVEIRA, P.R.O. Planejamento Estratégico – Conceitos-metodologia-práticas. São Paulo: Atlas, 2013.