# CONSULTORIA EMPRESARIAL (INCUBADORA DE MICROEMPREENDIMENTOS)

Eric Molissani Benzoni , Francisco Granizo Lopez Centro Universitário da FEI Caritas

eric@labtech.com.br, franlopez@itelefonica.com.br

**Resumo:** Sabemos que é muito difícil para micros, pequenas e médias empresa sobreviverem no mercado, segundo dados do SEBRAE, mais da metade (56%) dessas empresas, fecham suas portas no terceiro ano de vida. Nossa incubadora apoiada pela FEI e Cáritas tem como objetivo oferecer as pequenas empresas apoio estratégico durante 10 meses, nas áreas de Marketing, Produção, Finanças e Recursos Humanos.

## 1. Objetivos

Os objetivos de nosso projeto são dois: 1°-assessorar 8 microempreendimentos na elaboração e implantação do projeto de cada microempresa; 2°-acompanhar e avaliar o processo de incubação, afim de introduzir melhorias quanto ao conteúdo e quanto a metodologia.

### 2. Metologogia

Com relação ao 1° objetivo a metodologia adotada foi: a)- elaborar o Perfil de cada empreendimento e respectivo empreendedor quanto a sua gestão. Para isso foram feitas uma avaliação inicial e uma avaliação especifica com relação ao subprojeto de Marketing (estão previstas avaliações com relação aos restantes subprojetos); b)- Assessorar cada empreendimento/empreendedor, através de sessões semanais de consultoria na elaboração e implantação de cada subprojeto.

Com relação ao  $2^\circ$  objetivo foi sendo avaliado o desempenho de cada empreendedor durante o processo de incubação destacando-se itens do conteúdo e da metodologia adotada.

#### 3. Resultados

Com relação ao Perfil, percebemos que a maioria dos incubados tem dificuldades na formação de preços dos produtos, no cálculo correto dos custos, no gerenciamento de seu negócio, tendo em vista que eles tenham somente o conhecimento de produzir seus produtos e não de administrar o negócio de maneira correta e eficiente, confirmando assim as informações feitas na entrevista inicial, avaliação ou pesquisa do projeto de marketing.

Ao processo de incubação notamos que 60% têm dificuldades em calcular os custos(estabelecer os preços) e no acompanhamento da previsão de vendas.

Dos incubados 4 desistiram do projeto de incubação por motivos de tempo, saúde, família e etc.

Sendo eles: Vilobaldo Carvalho Teixeira Filho, Josefan Suplime dos Santos, Fabiana Mara Ferreira Leite e Carlos Aureliano.

Os motivos foram os seguintes: Problemas familiares (Josefan Suplime dos Santos); Motivos pessoais que não quis informar (Fabiana Mara Ferreira Leite e Carlos Aureliano); Doenças (Vilobaldo Carvalho Teixeira Filho).

#### 4. Conclusões

Com relação ao processo de incubação notamos a necessidade de melhorar o sistema de calculo dos custos por vendas a prazo e por descontos, para facilitar o processo dos incubados.

A implantação incompleta de alguns dos itens da gestão de MKT por parte dos incubados sugere que se crie condições constantes, durante o processo de incubação, para que eles absorvam as novas ferramentas de gestão.

Como a previsão, controle de vendas e a implantação da tabela de preços de cada produto (à vista, a prazo ou com desconto).

#### 5. Referências

- [1]DORNELAS, José Carlos Assis. Planejamento Incubadora de Empresas: Como Desenvolver um plano de negócio para incubadoras. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 152p.
- [2]FIATES, J. E. A. Incubadora de Empresas: ferramentas, métodos e técnicas para gestão de um programa de sucesso. Brasília: ANPROTEC & SEBRAE, 2005.
- [3]MORIN, A. Pesquisa-ação integral e sistêmica: uma antropopedagogia renovada. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

#### Agradecimentos

Ao Centro Universitário da FEI por conceder o local, equipes de consultores e equipamentos de apoio. E Cáritas por nos possibilitar a participação do projeto.

<sup>1</sup> Aluna de Administração de Empresas do Centro Universitário da FEI, (42109073-9).