

**Evento:** XVIII JORNADA DE EXTENSÃO

**O GRAU DE CONFIANÇA NO AMBIENTE INFLUENCIA NAS DECISÕES DO EMPRESÁRIO VAREJISTA DE IJUÍ?<sup>1</sup>**  
**DOES THE DEGREE OF TRUST IN THE ENVIRONMENT INFLUENCE THE DECISIONS OF THE RETAIL ENTREPRENEUR OF IJUÍ?**

**Ana Carolina Stöcker Lacerda<sup>2</sup>, Ivo Ney Kuhn<sup>3</sup>, José Valdemir Muenchen<sup>4</sup>, Luciano Zamberlan<sup>5</sup>, Lurdes Marlene Seide Froemming<sup>6</sup>**

<sup>1</sup> Resultado do projeto de extensão: Apoio ao desenvolvimento de arranjos produtivos locais

<sup>2</sup> Acadêmica do 2º semestre do Curso de Administração da Unijuí, Bolsista PIBEX do projeto de extensão: Apoio ao desenvolvimento de arranjos produtivos locais

<sup>3</sup> Professor Ms. do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação - DACEC da UNIJUI e participante do projeto de extensão: Apoio ao desenvolvimento de arranjos produtivos locais

<sup>4</sup> Professor Ms. do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação - DACEC da UNIJUI e coordenador do projeto de extensão: Apoio ao desenvolvimento de arranjos produtivos locais

<sup>5</sup> Professor Ms. do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação - DACEC da UNIJUI e participante do projeto de extensão: Apoio ao desenvolvimento de arranjos produtivos locais

<sup>6</sup> Professora Doutora do DEAd e do Mestrado em Desenvolvimento da Unijuí

#### Introdução

Dentre várias definições de confiança, pode-se citar Giddens (1991): “a confiança é definida como a crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema. A confiança e o risco se interligam, sendo útil a confiança para minimizar os riscos, mas um risco aceitável é fundamental para que a confiança se mantenha.” Então sendo a confiança uma certeza e segurança, onde o otimismo e impactos positivos podem ser as consequências para o empresário e sua empresa.

Com a amplitude do setor varejista, é grande a necessidade de acompanhar o mundo globalizado, necessitando sempre reinventar seu negócio, capacitando-o com bons gestores, possuindo estratégias competitivas e ações proativas, ocorrendo muita troca de informações e parcerias, citando Covey (2008) “em uma organização em que a confiança predomina no ambiente, os resultados são mais verdadeiros e os processos fluem de forma natural.” Uma organização baseada na confiança mostra a saída da zona de conforto de seu empresário, abrindo espaços para diversas oportunidades novas e diferenciadas.

O índice de confiança é um indicador de antecedência, ou seja, um indicador econômico, referindo à previsão do nível de atividade e otimismo da empresa, do setor e do país. Neste estudo pretende-se observar a questão da confiança do empresário varejista, dentre os comércios centrais até os periféricos do município, através dos resultados identificados junto aos empresários, se há ou não confiança sobre a situação econômica nestas três dimensões.

## Evento: XVIII JORNADA DE EXTENSÃO

O foco no comércio varejista justifica pela importância deste setor na participação da composição do Produto Interno Bruto (PIB) do município de Ijuí, sendo sua contribuição de 79,26%, conforme dados publicados pela prefeitura deste município em 2016.

### Metodologia

A presente pesquisa se enquadra no conceito de aplicada, segundo Gil (1999), gerando um conhecimento específico da realidade, com verdades e interesses locais. Sendo sua abordagem quantitativa, possível de traduzir em números as opiniões e as informações para classificá-las e analisá-las, sendo necessário os recursos e técnicas estatísticas.

A coleta de dados foi através de um questionário, que Malhotra (2001) define como um conjunto formal de perguntas cuja finalidade é obter informações dos entrevistados, aplicado de forma direta com o entrevistado. Os dados foram coletados na segunda quinzena de Abril de 2017 e primeira semana de Maio de 2017, totalizando em 301 entrevistas, de classificação não probabilística por conveniência. As perguntas foram estruturadas possuindo alternativas delimitadas, em formato de escala intervalar, mensurando a intensidade perante o foco do questionário, com a sua classificação dada pela Escala de Likert, exigindo do entrevistado que indique um grau de concordância ou discordância com cada afirmação solicitada, tendo cinco categorias de respostas. No caso da presente pesquisa buscou-se o grau de confiança, indicando pouca ou muita confiança.

A análise dos dados quando a pesquisa é de espécie quantitativa, pode-se conseguir extrair sentido dos dados, analisando tudo o que envolve e se relaciona com o assunto de interesse. A tabulação e o processamento dos dados foram realizados utilizando-se do software estatístico SPSS, onde gerou-se tabelas e quadros de estatística descritiva, produzindo quantidade e percentuais por atributos.

### Resultados e discussões

O índice de confiança mede a confiança do empresário varejista sobre a condição atual e a expectativa para a empresa, seu setor e a economia nacional. Tais informações auxiliam na compreensão do desempenho da economia do setor varejista de Ijuí. Os indicadores que compõem o índice de confiança do empresário varejista são: condição atual da empresa, do setor e da economia nacional. Expectativa para a empresa, para o setor e para a economia brasileira. A condição atual leva em consideração os últimos 6 meses. A expectativa futura considera os próximos 6 meses.

A escala de análise varia de 1 a 5. A escala intervalar delineada para expressar piora acentuada contempla valores 1 e 2 e melhora acentuada para valores 4 e 5. Ao indicar 3 o entrevistado indicará estabilidade ou equilíbrio.

Foram entrevistados 301 comerciantes varejistas de Ijuí. Em relação à economia brasileira nas

**Evento: XVIII JORNADA DE EXTENSÃO**

condições atuais, o índice de confiança geral foi de 27,9, estando abaixo do indicador médio, representando uma baixa confiança entre os empresários do varejo. Comparando com os dados obtidos em relação à expectativa para os próximos 6 meses o índice chega à 56,9 sendo o resultado acima de 50, ou seja, significando uma relativa confiança entre esses mesmos empresários.

Os resultados do ICEV para o mês de maio de 2017 estão demonstrados no quadro 01, evidenciando que o ICEV apresenta 45,3 nas Condições Atuais, indicando sentimento de pessimismo em relação à economia brasileira e à economia do seu setor de atividade. No entanto em relação ao seu empreendimento relata um sentimento de pequeno otimismo com 51,2.

Já a análise das Expectativas Futuras demonstra um sentimento de otimismo com um ICEV de 68,3. Este otimismo pode ser verificado tanto em relação ao futuro da economia brasileira como para o futuro do seu setor de atividade bem como em relação à sua empresa. Chama atenção o ICEV de 73,6 ao avaliar a empresa, o que representa um indicador significativo de otimismo para os próximos 6 meses.

A ponderação dos índices em relação às Condições Atuais e às Expectativas Futuras demonstra que o ICEV geral para o município de Ijuí é de 60,6. Este indicador demonstra um sentimento de otimismo dos empresários varejistas de Ijuí. Os dados podem ser melhor visualizados no quadro 01.

**Quadro 01 - ICEV - Índice de Confiança do Empresário Varejista de Ijuí - Maio/2017**

ICEV	maio/2017
<b>CONDIÇÕES ATUAIS</b>	<b>45,3</b>
Economia Brasileira	27,9
Setor de Atividade	45,1
Empresa	51,2
<b>EXPECTATIVA FUTURA</b>	<b>68,3</b>
Economia Brasileira	56,9
Setor de Atividade	66,2
Empresa	73,6
<b>ÍNDICE GERAL</b>	<b>60,6</b>

**Fonte: Laboratório de Economia Aplicada e Laboratório de Gestão - DACEC/UNIJUI**

Há vários fatores que elevam o índice de confiança do empresário varejista, indicando assim um aumento na expectativa para o setor. Como a região Noroeste do estado do Rio Grande do Sul é uma grande produtora de soja, esta época do ano é de bastante expectativa otimista, considerando que esta safra foi a maior da história, tendo um aumento de 3% em comparativo com 2016, segundo reportagem publicada pelo G1 (2017). O comércio fica esperançoso, porém totalmente dependente deste ramo agrícola, pois tudo dependerá do rendimento da safra e do valor

**Evento: XVIII JORNADA DE EXTENSÃO**

estipulado pelo grão.

Outro fator que motivou a expectativa de melhora foi a liberação pelo governo da retirada do FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) inativo, produzindo a circulação monetária e quitação de dívidas antigas, criando uma expectativa de melhora para os empresários varejistas.

Outro estimulante da economia é a redução da SELIC (taxa básica de juros da economia brasileira), podendo elevar a confiança dos agentes econômicos e inaugurando um ciclo positivo de crescimento.

Em relação aos setores de atividade pesquisados, os dados relativos aos setores do comércio varejista estudados apontam que, avaliando as Condições Atuais, todos os setores apresentam um sentimento de grande pessimismo em relação ao comportamento da economia brasileira. O menor índice de confiança foi dos empresários do setor de combustíveis e lubrificantes. Observa-se que a maioria dos empresários apresenta sentimento de pessimismo também em relação ao seu setor. Já em relação à empresa a maioria dos empresários relatou um sentimento de otimismo.

A análise do índice de confiança em relação às Expectativas futuras por setor expressa um sentimento de otimismo generalizado dos empresários varejistas, tanto em relação ao futuro da economia brasileira como em relação ao comportamento dos setores de atividade como também em relação às empresas. Chama atenção o sentimento de otimismo, dentre outros, dos setores de Informática, Papelaria, Comunicações e Celulares, dos Móveis e Eletroeletrônicos e das Farmácias e perfumarias. Exceção deste comportamento é observado no setor de combustíveis e Lubrificantes que inclusive demonstra um sentimento de pessimismo em relação à economia brasileira.

Temos diversos fatores que reduzem a confiança, limitando as decisões e abrindo espaço para o pessimismo, principalmente ligados às decisões de políticas econômicas. Nestas épocas de crise financeira, de desesperança, o empresário precisa estar preparado e promover ações proativas para todo este impacto negativo de ordem conjuntural não dominar sua empresa.

#### Considerações Finais

Os dados do ICEV refletem o sentimento dos Empresários Varejistas e de certa forma permitem afirmar que estão otimistas em relação ao nível de atividade nos próximos 6 meses. Isto implica que a expectativa que se pode formar é de uma melhoria no seu volume de negócios e, portanto, uma evolução no volume de investimentos, de emprego e da renda municipal. Este sentimento pode ser reforçado pelo comportamento de alguns fundamentos macroeconômicos, tais como o controle da inflação e a tendência da manutenção de uma queda progressiva na taxa de juros. No entanto há de se considerar o atual quadro político brasileiro que poderá influenciar principalmente nas expectativas futuras.

A confiança é reconhecida como uma variável crítica que influencia o desempenho, a eficácia e a eficiência das organizações, sobretudo em setores marcados por intensa competitividade.

**Evento:** XVIII JORNADA DE EXTENSÃO

Segundo Kotler (1998) “o varejo inclui todas as atividades relativas à venda de produtos ou serviços diretamente ao consumidor final, para uso pessoal e não comercial”, abrangendo todo o conceito e conectando com todos os demais citados no presente resumo, concluímos a grande importância deste tipo de mercado em uma cidade, e de seu respectivo estudo, principalmente sob a perspectiva econômica e de crescimento deste setor, pois ele é um dos principais conectores entre o empresário e o consumidor.

“Toda pesquisa deve ter um objetivo determinado para saber o que se vai procurar e o que se pretende alcançar” (Marconi; Lakatos, 2010), considerando os resultados obtidos com todo o processo de coleta de dados e suas respectivas análises e tabulações, vimos que, apesar de ser uma fase de instabilidade e crise financeira, o empresário confia em si mesmo e transfere isso como benefício para o seu comércio, expressando otimismo no futuro da economia brasileira, setorial e notadamente de sua empresa.

Palavras-chave: Índice de confiança; Comércio varejista; Varejo.

Keywords: Trust index; Retail business; Retail.

Referências

COVEY, Stephen, M.R. A velocidade da confiança: o elemento que faz toda a diferença. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GIDDENS, A. 1991. As consequências da modernidade. São Paulo, UNESP, 180 p.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2017/03/com-previsao-de-safra-recorde-comeca-co-lheita-da-soja-no-rs.html> (12/05/2017)

[http://www.ijui.rs.gov.br/noticias/pib\\_de\\_ijui\\_cresce\\_1693](http://www.ijui.rs.gov.br/noticias/pib_de_ijui_cresce_1693) (12/05/2017)

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MALHOTRA, N. K.; Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 297 p.