

Produção de chocolate: caracterização de um microempreendimento familiar no município de Governador Newton Bello, Maranhão

Víctor Gabriel Vaz Batalha de Sena¹*, Aline de Cássia Carvalhêdo Lopes¹, Domendes José Silva Machado³, Ayrton Lima Barbosa¹, Lucélia da Cunha Rodrigues⁴.

1. Estudante de Tecnologia de Alimentos do IFMA – Campus Zé Doca, Zé Doca/MA; *victorvbsena@gmail.com
2. Estudante de Bacharelado em Administração do Centro Universitário do Maranhão, CEUMA – Campus Bacabal/MA;
3. Estudante de Licenciatura Química do IFMA – Campus Zé Doca, Zé Doca/MA;
4. Professor/Pesquisador de Tecnologia de Alimentos, IFMA, Zé Doca/MA

Palavras Chave: Microempreendimento, familiar, Mercado do chocolate,

Introdução

Uma empresa familiar é classificada por Martendal (2004), como sendo aquelas constituídas por parentes, na qual há o envolvimento da família no desenvolvimento das atividades. O SEBRAE classifica microempresa como atividade que possui até 19 funcionários no caso de industrializações. Segundo IBGE (2003) há uma preferência do pequeno investidor para o ramo da alimentação, decorrendo da maior perspectiva de retorno do investimento a curto prazo. O mercado do chocolate não inclui somente barras, mas também os de bombons, doces, artigos para presentes e também biscoitos. Os bombons chegam a ocupar 90% do mercado total (ROSA, 2008). Desse modo, este trabalho visa caracterizar um microempreendimento familiar de produção de chocolates, o processo motivacional, idealização do empreendimento, relação com o mercado local, e processos de produção.

Resultados e Discussão

A pesquisa foi realizada em um microempreendimento familiar consistindo em um estudo de caso composto de quatro etapas: (I) delimitação da unidade-caso; (II) coleta dos dados; (III) análise e interpretação dos dados; (IV) elaboração de relatório. O empreendimento tem como gestores uma família com quatro indivíduos, entre eles a matriarca, o patriarca e um casal de filhos, de 23 e 9 anos de idade. O processo motivacional de idealização da atividade surgiu com a necessidade de complementação da renda familiar a fim de custear despesas da faculdade, quando o filho iniciou a graduação, em 2012. De acordo com Chiavenato (2007), “a motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais”, aspectos semelhantes ao observado no estudo. A produção de chocolates não se dá todos os dias, somente às noites de sábado, chegando a ser produzido 350 trufas e 100 brigadeiros dependendo da demanda. Observando, a partir disto, que o empreendimento possui uma restrita diversificação de produtos. O faturamento aumenta no período da Páscoa aproximadamente 230%, já que esta é a principal data para comercialização dos chocolates. Os produtos são distribuídos para os municípios de Governador Newton Bello, Zé Doca e Santa Inês, todos no estado do Maranhão. A maior parte destinada a estabelecimentos de comercialização de alimentos para revenda e outra comercializada na própria residência. Quanto à divisão de tarefas, o patriarca é responsável diretamente pelo fluxo monetário do empreendimento. A matriarca cuida diretamente do processamento e elaboração dos produtos com auxílio do filho adulto, no entanto, a filha caçula contribui em atividades minoritárias, sem interferir nas suas atividades escolares. Para o

melhor desempenho e apresentação dos produtos são realizados cursos de aperfeiçoamento, sendo a internet a ferramenta mais utilizada para atualização e inovações nos chocolates. O processo de profissionalização em empresas familiares sempre busca a adequação às necessidades do mercado (GESTÃO DA INOVAÇÃO, 2016). O negócio familiar em questão nunca buscou o auxílio de instituições de apoio como o SEBRAE ou uma instituição financeira visando adquirir auxílio financeiro para atividade, este fato deve-se a falta de conhecimento de processos adotados pelas instituições de apoio. O empreendimento beneficia o chocolate na cozinha do lar da família com uma preocupação insuficiente com a qualidade higiênica, para obtenção de alimentos seguros é imprescindível adoção de medidas de controle como as Boas Práticas de Fabricação (BPF) (BRASIL, 2008).

Conclusões

A complementação da renda familiar foi o fator motivacional para início do empreendimento no ramo alimentício, mesmo com processos de gestão e profissionalização pouco eficientes. A falta de informação acerca de procedimentos das instituições de auxílio ao microempreendedor, tanto na profissionalização quanto em financiamento, impede o crescimento do negócio. Há uma necessidade evidente de qualificação na gestão da qualidade higiênico-sanitária e da comercialização a fim de que a atividade saia da informalidade.

Brasil. Ministério da Saúde. **Secretaria de Atenção à Saúde. Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável.** Brasília: 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

GESTÃO DA INOVAÇÃO no mercado de chocolates caseiros: Experiência da Praver enquanto pioneira e líder. Disponível em:

<http://anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpa_d_1997/CT/1997_CT8.pdf> Acesso em 20/02/2016.

IBGE. **As micro e pequenas empresas comerciais e de serviço no Brasil: 2001.** p. 29. Rio de Janeiro: 2003.

MARTENDAL, Taise. **Um panorama sobre algumas características das empresas familiares de pequeno porte: um estudo de múltiplos casos.** Monografia – Curso de Ciências contábeis. UFSC. Florianópolis: 2004.

ROSA, Leonardo Batista. PDP: Estudo de caso em empresa do setor alimentício brasileiro. In: **XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção.** Rio de Janeiro: 2008.