



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSNdoLivrodeResumos:2448-0010

PERFIL DAS EMPRESAS E CONCORRÊNCIA UMA ANÁLISE DO RAMO FORMAL E INFORMAL DA FOTOGRAFIA EM CACHOEIRA DO SUL - RS

Bianca Oliveira JACQUES^{1,2};Chaiane Leal AGNE^{1,3}

¹Graduada em Administração (Bacharelado), UERGS. ² Unidade Cachoeira do Sul (UERGS); ³Doutora em Desenvolvimento Rural. UnidadeCachoeira do Sul.UERGS Professora Orientadora

Emails: bian-ky-nha@hotmail.com, chaiane-agne@uergs.edu.br

Resumo

O setor da fotografia destaca-se como uma das oportunidades para as pessoas realizarem os seus trabalhos de forma autônoma, seja complementando a renda familiar ou investindo neste ramo como um negócio. Este artigo teve a finalidade de analisar o perfil dos empreendedores formais e informais e a concorrência de mercado em relação aos serviços formais e informais no ramo da fotografia no município de Cachoeira do Sul. Como metodologia, a pesquisa foi caracterizada como quantitativa com a coleta de dados por meio de questionário aplicado aos profissionais do ramo da fotografia. Os empreendedores ainda utilizam a indicação (boca a boca) como principal estratégia divulgação dos seus produtos e serviços. Além de buscar sempre aperfeiçoamento com cursos e capacitações, os profissionais procuram inovar para entregar ao cliente além das fotos, mas registros e lembranças que marcam a vida dos consumidores.

Palavras-chave: Perfil do empreendedor. Fotografia. Tecnologia

INTRODUÇÃO

Atualmente, o setor da fotografia é um dos segmentos mais atrativos, estimulando o desenvolvimento de novos profissionais e negócios. A fotografia ganhou um grande espaço no mercado nos últimos tempos, onde, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE no ano de 2019, no ramo de serviços, o setor da fotografia é um dos destaques.

Através da tecnologia, a fotografia teve uma grande evolução do filme para a era digital, trazendo grandes benefícios para o mundo da fotografia, onde as empresas tiveram que modernizar para acompanhar o mercado. As tendências de 2019 eram os cliques de gestantes, partos, batizados, aniversários em geral, formaturas e recém-nascidos, além de outras tecnologias, tais como as cabines fotográficas e drones. Conforme a pesquisa realizada pela revista Exame em 2019, os empresários estão cada vez mais otimistas com o ramo de atuação, impactando de forma positiva a fotografia que tende a crescer entre 2% e 3% até 2022.

No município de Cachoeira do Sul, a fotografia cresceu constantemente, com ela, surgiram diversos profissionais autônomos formais e informais oferecendo seus serviços à comunidade e região. Atualmente, a cidade conta com 83.827 habitantes com uma renda mensal de 2,2 salários mínimos. Com o desemprego em crescimento, o comércio informal evoluiu de forma significativa. Nesse sentido, o setor da fotografia pode ter sido uma das oportunidades para as pessoas realizarem os seus trabalhos de forma autônoma complementando a renda familiar e investindo em um ramo de negócios que cada vez tem grande expansão. Com isso, é pertinente compreender como esses empreendedores e negócios estão atuando no mercado, assim como entender o contexto concorrencial que eles estão inseridos. Partindo do exposto, este artigo teve a finalidade de analisar o perfil dos empreendedores formais e informais e a concorrência de mercado em relação aos serviços formais e informais no ramo



10º Siepex Salão Integrado de Ensino,
Pesquisa e Extensão da Uergs

20
anos



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSNdoLivrodeResumos:2448-0010

da fotografia no município de Cachoeira do Sul.

MATERIAIS E MÉTODOS

O trabalho foi realizado no município de Cachoeira do Sul, localizado na região central do Rio Grande do Sul (RS) no ano de 2020. O estudo foi definido como quantitativo com a utilização de dados primários, pois foi desenvolvido considerando uma amostra significativa de empreendedores formais e informais do ramo da fotografia. Devido à característica da pesquisadora trabalhar no mesmo ramo, estima-se que existem 55 empreendedores do setor da fotografia no município. Nesse sentido, 36 empreendedores participaram da pesquisa incluindo empresas e autônomos, mas 7 respondentes não foram contabilizados pois não se sentiram a vontade em responder todo o questionário, em virtude disso, não participaram da pesquisa e/ou não finalizaram o questionário.

Foram inseridas questões sobre a concorrência de mercado em relação aos serviços formais e informais, tendo em vista compreender como as empresas interpretam tal questão. As entrevistas foram realizadas de forma remota devido às restrições de distanciamento impostas pela pandemia de Covid-19. O questionário foi inserido na plataforma *Google forms*. Os dados foram analisados de forma quantitativa, considerando os valores numéricos e porcentagens.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Quanto ao tempo de atuação dos empreendedores no ramo da fotografia, 10 pessoas estão no ramo há mais de 1 até 5 anos, outras 10 pessoas atuam há mais de 5 até 10 anos, 5 pessoas atuam há mais de 10 até 15 anos. Apenas 2 respondentes atuam há mais de 15 até 20 anos e outras 2 pessoas estão há mais de 20 anos na profissão. Nesse sentido, destaca-se o número maior de empreendedores com até 10 anos de atuação no mercado, representando 20 respondentes do total de 29. É possível notar, ainda, que não há empreendedores que iniciaram os seus negócios recentemente (menos de um ano de atuação).

Quando questionados sobre a motivação para atuar no setor, a maioria descreve que atuam por prazer, vocação e talento (19). Outros 9 relataram que atuam no ramo influenciados pela busca de um emprego próprio (autônomo). 4 assinalaram que a motivação se refere à flexibilidade de horários, outras 4 pessoas assinalaram a opção “complementar a renda”, enquanto 3 assinalaram “por outros motivos” e apenas 2 pessoas mencionaram que o mercado estava em alta quando iniciaram e, portanto, essa foi a principal motivação. Sobre a caracterização dos empreendimentos, 13 são de pequeno porte, 9 são autônomos, 5 médio porte e 2 são empreendedores informais.

Quanto ao nível de instrução dos empreendedores, 8 (27%) possuem ensino médio completo, 7 (24%) tem ensino superior incompleto, 4 (14%) nível técnico/profissionalizante, outros 4 (14%) superior completo e outros 4 (14%) pós-graduação, apenas 2 (7%) empreendedores que tem ensino médio incompleto.

Sobre os produtos e serviços que os empreendedores disponibilizam ao mercado, 28 oferecem fotografias digitais, 22 fotografias impressas, 19 álbuns impressos e digitais, 15 disponibilizam filmagem, 14 oferecem complementos ao cliente como: maquiagem, cabelo, roupas e acessórios, 9 oferecem transporte para locais de fotos e 7 outros serviços.

Foi questionado aos empreendedores se o ramo da fotografia é a sua fonte de renda principal, 20 (69%) responderam que sim e 9 (31%) não.

Sobre a quantidade de funcionários incluindo o respondente da pesquisa, 14 empreendedores trabalham sozinhos, 13 contam com 1 a 3 funcionários, 1 respondente conta com mais de 3 a 5 funcionários, e outro 1 mais de 5 a 7 funcionários.

Sobre o ponto comercial para atender os clientes, onde 17 respondentes têm sede para atender o consumidor e 12 não possuem um local para atendimento.

Quanto aos eventos que os empreendedores já realizaram, onde 28 já realizaram aniversários em geral, 25 cobriram festas de 15 anos e debutantes, 22 formaturas, 20 já cobriram casamentos, 16 bailes, outros 16 jantares, 14 desfiles de moda, 13 desfiles cívicos, 12 premiações e 2 empreendedores não costumam cobrir eventos.

Quanto à atualização profissional no ramo da fotografia, 22 empreendedores já fizeram cursos de capacitação presenciais em fotografias e filmagens e 7 não fizeram nenhum curso de capacitação presencial. 25 respondentes já fizeram cursos online em capacitação em fotografias e filmagens, 4 não fizeram nenhum curso online. 27 empreendedores fizeram investimentos em tecnologias e inovações, 2 respondentes não fizeram nenhum tipo de investimento. 15 pessoas já participaram de palestras em capacitação, 14 nunca participaram de palestras, 28 respondentes seguem os profissionais que são referências nas redes sociais, 1 pessoa não segue profissionais referências. 27 empreendedores tem um estilo próprio (personalidade) para diferenciação as fotos e filmagens, 2 não tem um estilo próprio definido. 22 já participaram de *workshops*, palestras e congressos, já 7 nunca participaram.

No que se refere à atuação no mercado, 9 só atendem o mercado local (município), 11 atuam no mercado local (município) e região (municípios do entorno), 5 atuam no mercado local, região e outras regiões do RS, 1 atua no mercado local, no RS e fora do Estado e 3 atuam no mercado local, RS, fora do Estado e outros países. Dessa forma, percebe-se que a maioria dos empreendedores está ampliando a sua atuação para além do município.

Foi questionado aos empreendedores qual seria a melhor propaganda para seu negócio, 11 respondentes citaram a forma “boca a boca”, 8 empreendedores relataram que o trabalho bem feito gera diversas indicações, 7 citaram as redes sociais (*facebook* e *instagram*) como fontes de divulgação, 1 pessoa acredita que o jornal é a melhor propaganda, outro mencionou o “Marketing digital” e outro citou que todas as formas de propaganda são válidas. Mesmo diante da evolução do uso das tecnologias e ferramentas do marketing digital, é conveniente destacar que os empreendedores citaram as propagandas tradicionais, identificadas pelas formas “boca a boca” e “indicações” como as principais (Gráfico 1).

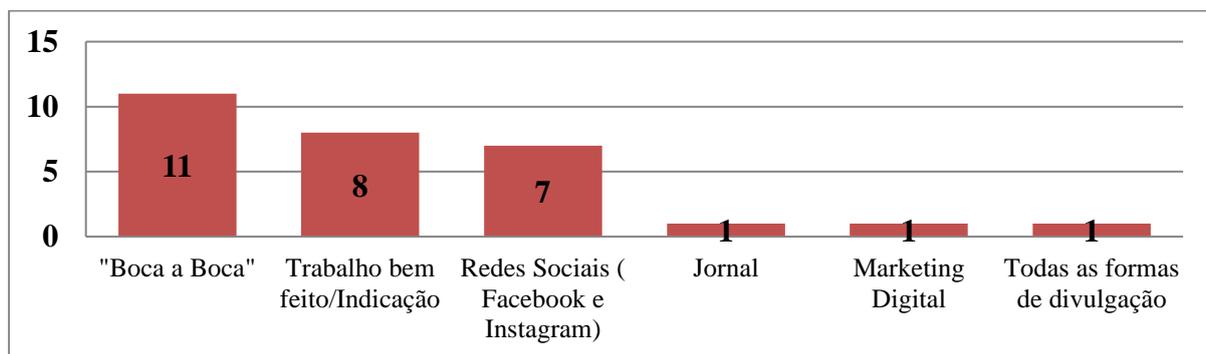


Gráfico 1 – Principal forma de propaganda utilizada no negócio.

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

O público atendido é bem diverso, com números significativos para a realização de eventos e públicos “infantil” e “recém-nascido”. É importante considerar que com a pandemia do coronavírus, houve a proibição quanto á realização de eventos, especialmente em virtude das medidas de isolamento e distanciamento social. Nesse sentido, 19 empreendedores foram afetados diretamente, já que mencionaram o atendimento aos eventos como principal público.

Foi questionado aos empreendedores se os mesmos costumam realizar promoções para atrair o público, 14 (48%) relatam que sim, 15 (52%) não costumam. Dessa forma, um pouco mais da metade da amostra mencionou que não realiza promoções. Essa informação indica a necessidade de



<http://pev-proex.uergs.edu.br/index.php/xsiepex/index>

ISSNdoLivrodeResumos:2448-0010

investimento em estratégias promocionais para atrair o público, especialmente porque também é uma forma de ampliar a visibilidade da empresa, da marca e do próprio trabalho dos empreendedores do município.

Sobre a percepção do empreendedor em relação ao mercado concorrencial no município de Cachoeira do Sul, 5 empreendedores consideram que o mercado está saturado, não há mais espaço para novos profissionais no ramo, 11 revelam que não está saturado, ainda tem espaço (mas pouco) para novos profissionais no ramo, 10 consideram que o mercado não está saturado e ainda tem muito espaço para novos profissionais e 3 não souberam responder.

Com relação à procura por produtos e serviços no ramo da fotografia diante da pandemia, 25 (86%) respondentes relatam que diminuiu, 2 (7%) citam que aumentou e outros 2 (7%) que se manteve igual. Conforme mencionado, o setor foi um dos mais afetados devido às ações de combate à pandemia, onde os empreendedores tiveram que se adequar e buscar se reinventar para poder se manter no mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou o perfil das empresas formais e informais no ramo da fotografia no município de Cachoeira do Sul. A pesquisa constituiu como uma importante fonte de informações para os empreendedores do ramo da fotografia, especialmente porque o setor cresceu constantemente no ramo dos serviços. No âmbito acadêmico e científico, o trabalho poderá contribuir para o crescimento das empresas em diversos aspectos, sendo possível observar pontos fortes e fracos para melhorias, além de salientar que a categoria foi um dos setores mais afetados mediante a pandemia da COVID-19, onde os empreendedores tiveram que se reinventar para poder se manter no mercado e garantir a sua renda. Sobre o perfil dos empreendedores, 69% dos entrevistados depende da fotografia como fonte principal de renda, a maioria caracteriza-se como empresa de pequeno porte e atuam entre 1 a 10 anos no setor. Considerando a análise da concorrência de mercado em relação aos serviços formais e informais, os empreendedores destacam que a melhor publicidade é um trabalho de qualidade bem feito gerando indicações de clientes satisfeitos e que para se manter no mercado a atualização é essencial, pois a tecnologia avança constantemente. As redes sociais é a principal plataforma para a divulgação de seus trabalhos e prezam muito pelo tratamento e edição das fotos, pois gera identificação de seu trabalho. Destaca-se a necessidade de realização de futuras pesquisas quanto a pandemia, como o setor mais afetado buscou se manter no mercado sem a realização de eventos que garante 80% da sua renda.

REFERÊNCIAS

EXAME. **Sete ideias para criar uma empresa em casa com até 10 mil reais**. Edição: 4 mar.2019. Disponível em: <<https://exame.com/pme/7-ideias-para-criar-uma-empresa-em-casa-com-ate-10-mil-reais/>> Acesso em 14 set. 2021.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> Acesso em 2 Ago. 2020.