

A CIDADE QUE QUEREMOS

CONSULTA PÚBLICA “TAMBAÚ 2050”



Sumário

Considerações Iniciais	6
I. Apresentação	6
II. Metodologia	7
III. Equipe técnica responsável.....	10
POPULAÇÃO	11
1.Quadro geral de respostas	12
2.Perfil dos respondentes	13
3a. Visão da Cidade.....	22
3b. Visão do Bairro	44
4.Habitação	49
5.Segurança.....	50
6. Mobilidade - transporte público	53
7.Trabalho e renda	61
8.Meio ambiente	70
9. Considerações finais	72
JUVENTUDE	73
1.Quadro geral de respostas	74
2.Perfil dos respondentes	75
3. Visão da cidade e bairro	84
4. Mobilidade	102
5. Lazer	103
6. Formação profissional	105
7. Trabalho e renda	110
8. Considerações finais	113

COMÉRCIO	115
1.Quadro geral de respostas	116
2. Perfil dos respondentes	117
3. Produtos.....	125
4. Formas de venda	127
5. Perfil dos clientes.....	128
6. Concorrência.....	130
7. Faturamento	135
8. Perfil da equipe de vendas.....	137
9. Competitividade	145
10. Investimento.....	152
11.Considerações finais.....	156
CONSUMIDOR.....	158
1.Quadro geral de respostas	159
2.Perfil dos Respondentes.....	160
3. Hábito de Consumo	162
4. Avaliação de Comércio e Serviços	181
5. Ações de melhorias	182
6. Visão de Futuro.....	183
7. Considerações finais	186
AGRICULTURA.....	188
1.Quadro geral de respostas	189
1.Perfil dos respondentes	191
1.Produção	198
4.Comercialização e mercado	210
5.Administração.....	211

6.Financeiro	218
7.Atualização profissional	220
8.Problemas enfrentados	221
9.Participação em ações.....	223
10.Investimentos	225
11.Possibilidades turísticas	226
12.Considerações finais.....	228
TURISMO	230
1.Quadro geral de respostas	231
2.Perfil dos respondentes	233
3.Perfil dos clientes.....	234
4.Mão-de-obra	235
5.a Estrutura para turismo da propriedade	237
5.b Estrutura para turismo de Tambaú	237
6.Pontos turísticos	239
7.Divulgação.....	242
Questionário respondido pelos motoristas de romarias.....	243
8.Estrutura de organização da romaria	243
9. Espera pelos romeiros.....	244
10. Alimentação	245
11. Estacionamento e sinalização.....	247
12.Satisfação com a cidade	250
13. Melhorias	251
14.Considerações finais.....	251
INDÚSTRIA.....	254
1.Quadro geral de respostas.....	255

2. Perfil dos respondentes	257
3. Produção	260
4. Desenvolvimento de produtos	264
5. Armazenagem.....	266
6. Mão-de-obra dos colaboradores	268
7. Mercado	274
8. Concorrência.....	283
9. Faturamento	284
10. Investimentos	289
11. Perspectivas do negócio.....	291
12. Considerações finais.....	295
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	297
1. Quadro geral de respostas	298
2. Perfil dos respondentes	299
3. Produção	303
4. Perfil do cliente.....	305
5. Concorrência.....	306
6. Diferenciais	314
7. Recursos Humanos	318
8. Faturamento	324
9. Investimentos	324
10. Perspectivas de negócio.....	327
11. Considerações finais.....	329

Considerações Iniciais

O caderno “A Cidade que queremos” representa um retrato do pensamento da população sobre vários aspectos. Não há crítica e avaliação por parte da equipe técnica sobre as respostas tabuladas e nem juízo de valor, apenas o registro da visão da população sobre os mais diferentes aspectos do município.

Este caderno não contém sugestões e/ou soluções para nenhum aspecto apontado, mas é a base para início das propostas de soluções para problemas e dificuldades apontadas e será a base para a construção do relatório final do “Tambaú 2050”.

Agradecemos aos cidadãos tambauenses pelo envolvimento, participação e colaboração na obtenção das respostas. E, para finalizar, pode-se dizer que Tambaú tem o que se considera mais importante para um município dar um salto de qualidade frente aos objetivos de ser uma cidade cada dia melhor principalmente na geração de emprego e renda que é a vontade de mudar, de crescer e acima de tudo o amor que se tem pela cidade e orgulho de ser um cidadão tambauense seja de nascimento ou de coração.

I. Apresentação

Os processos de consulta pública são a base fundamental dentro da metodologia do Município 2050, uma vez que para ser um projeto do município para o município com visão de curto, médio e longo prazos seria necessário a participação ativa de todos os segmentos da sociedade.

Esta participação é traduzida através da opinião, avaliação, sugestão sobre todos os aspectos do município e por fim, a construção coletiva do texto que vai dar a base para o Planejamento Estratégico Tambaú 2050.

Esta consulta pública em grande parte foi feita através de inventários divulgados pelas redes sociais onde as instituições, líderes comunitários, personalidades tais como vereadores, empresários, religiosos, grupos culturais, clubes de serviços, poder público entre outros do município além de responder, replicavam através das suas próprias redes sociais e WhatsApp para a sua rede de contatos.

Vale ressaltar também o importante papel que a mídia espontânea teve na divulgação do Tambaú 2050 e principalmente dos inventários. Busca-se o tempo todo a participação suprapartidária e de todos os níveis de renda porque desta forma teremos uma visão global de todos os aspectos levantados.

Foram desenvolvidos 08 (oito) inventários conforme segue: População, Juventude, Consumidores e Setores econômicos – Agricultura, Comércio, Indústria, Serviços e Turismo.

O número de perguntas foi variável para cada público a ser pesquisado e estas perguntas dos inventários foram integradas nos temas a que elas se referem e isto poderá em muito facilitar o entendimento da tabulação dos dados.

A compreensão destes dados é fundamental para o entendimento da real situação e a visão objetiva de cada grupo pesquisado.

As respostas que apresentaram duplicidade (mesmas respostas em diversas questões, e mesmo horário de registro do envio para Google Forms) foram desconsideradas, assim como a amostra estudada que estivesse fora do contexto apresentado para condição de respondente. Exemplo: jovens que residem na cidade Tambaú/SP, com idade de 16 a 25 anos - então os respondentes devem estar enquadrados nessa característica para ter suas respostas como válidas. Exceto essa situação, a condição de não responder uma ou outra questão não invalidou a participação.

II. Metodologia

Este questionário faz parte dos Inventários do Projeto Tambaú 2050 e foi elaborado com o objetivo de ouvir a população da cidade de Tambaú/SP no tocante aos seus anseios, desejos e expectativas em relação à cidade em que mora e seu futuro.

As perguntas propostas foram apresentadas no formato impresso e/ou digital com objetivo de facilitar aqueles que possuem maior facilidade ou menor tempo para preenchimento.

Este questionário faz parte dos Inventários do Projeto Tambaú 2050 e foi elaborado com o objetivo de ouvir a população da cidade de Tambaú/SP no tocante aos seus anseios, desejos e expectativas em relação à cidade em que mora e seu futuro.

Os questionários impressos foram aplicados por uma equipe, que após se apresentar ao entrevistando, indagava sobre a disponibilidade em responder perguntas relativas à cidade, iniciando-se assim a pesquisa, sem a necessidade de identificação.

O questionário digital foi elaborado na plataforma Google Forms, devido à facilidade de acesso e maior controle das respostas obtidas.

As respostas que apresentaram duplicidade (mesmas respostas em diversas questões, e mesmo horário de registro do envio para Google Forms) foram desconsideradas, assim como a amostra estudada que estivesse fora do contexto apresentado para condição de respondente. Exemplo: moradores da cidade de Tambaú/SP, com idade acima de 14 anos, então os respondentes devem estar enquadrados nessa característica para ter suas respostas como válidas, a condição de não responder uma ou outra questão não invalida a participação.

Em qualquer pesquisa que se realize é necessário conhecer a população alvo sobre a qual serão feitas inferências com base nas amostras. Em se tratando de amostra, o importante é que ela seja representativa. Uma das formas de se conseguir uma representatividade é fazer o cálculo do tamanho da amostra e realizar o processo de sua coleta de forma aleatória (SPIEGEL, 2006).

Optou-se por utilizar a amostra estratificada, pois se conhecem os elementos da população, que possuem características bem definidas, como por exemplo, são moradores da cidade de Tambaú/SP com idade a partir de 16 anos.

Para determinar o tamanho da amostra, a pesquisa baseou-se no último censo demográfico utilizado pelo IBGE.

O valor da amostra foi encontrado seguindo as fórmulas básicas que são apresentadas em SANTOS GEO 2017.

Primeira fórmula para cálculo da variância amostral:

$$S_x^2 = \frac{\sum_{i=1}^N [f_i(x_i - \bar{X})^2]}{n-1}$$

Segunda fórmula para cálculo do desvio padrão amostral:

$$S_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N f_i (X_i - \bar{X})^2}{n-1}}$$

Terceira fórmula para encontrar a quantidade de amostra necessária:

$$n = \left(Z \frac{\sigma_x}{E} \right)^2$$

Onde:

N: é o tamanho da amostra

Z: é o grau de confiança desejado

σ_x - Desvio padrão

E- Erro tolerável (... para mais ou para menos)

Os valores de confiança mais utilizados e os valores de Z correspondentes podem ser encontrados na tabela 01.

Tabela 01 – Valores críticos associados ao grau de confiança na amostra

Grau de confiança	α	Valor crítico de $Z_{\alpha/2}$
90%	0,1	1,64
92%	0,08	1,75
95%	0,05	1,96
99%	0,01	2,57

O nível de confiança indica a probabilidade de o erro amostral estar correto. Se o pesquisador definiu o erro amostral em 8% e o nível de confiança em 92%, significa que, se for selecionada uma centena de amostras, estima-se que aproximadamente 92% delas irão conter o parâmetro da população que foi encontrada na amostra.

III. Equipe técnica responsável

Amélia Queiroz – Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas -
Responsabilidade e Coordenação Técnica

Ken Kobashi - Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas –
Responsável técnico

Ricardo Ibanhez - Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas –
Responsável técnico

Ulisses Ferreira de Oliveira - Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul
de Minas – Responsável técnico Agronegócios

Néfi L. Ferrari – Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas –
Técnico de Suporte e Comunicação

Maria Eduarda Piotto Cardoso - Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e
Sul de Minas – Técnica de Suporte, Comunicação e Pesquisas Sociais

Laís Rinaldi Ibanhez - Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de
Minas – Técnica de Suporte e Comunicação



POPULAÇÃO

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

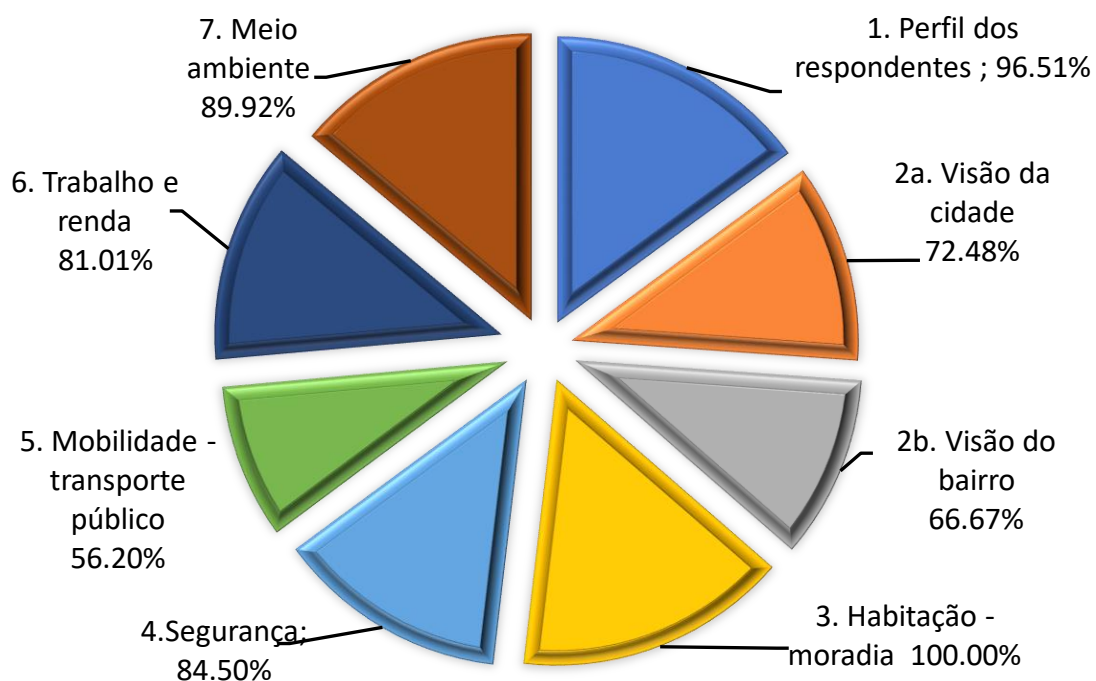
1. Quadro geral de respostas

A tabela (02) e o gráfico (01) representam o percentual de participação da população nos temas apresentados, obtendo assim a maior participação no tema “Habitação – moradia”, em seguida o “Meio ambiente”, “Segurança”, “Trabalho e renda”, “Visão da cidade”, “Visão do bairro” e Mobilidade respectivamente. Perfil dos respondentes não está levado em consideração aqui como uma preocupação da população, uma vez que está ligado às características desta amostra. Total de respondentes 258. Não houve resposta desconsiderada.

Tabela 02 – Participação dos munícipes por tema

Temas	No. Munícipes que participaram	Porcentagem de Munícipes
1. Perfil dos respondentes	249	96,51%
2a. Visão da cidade	187	72,48%
2b. Visão de bairro	172	66,67%
3. Habitação - moradia	258	100,00%
4. Segurança	218	84,50%
5. Mobilidade – transporte público	145	56,20%
6. Trabalho e renda	209	81,01%
7. Meio ambiente	232	89,92%

Gráfico 01 – Participação dos munícipes por tema.



2. Perfil dos respondentes

Gráfico 02 – Qual o seu sexo?



Gráfico 03 – Qual a sua idade?

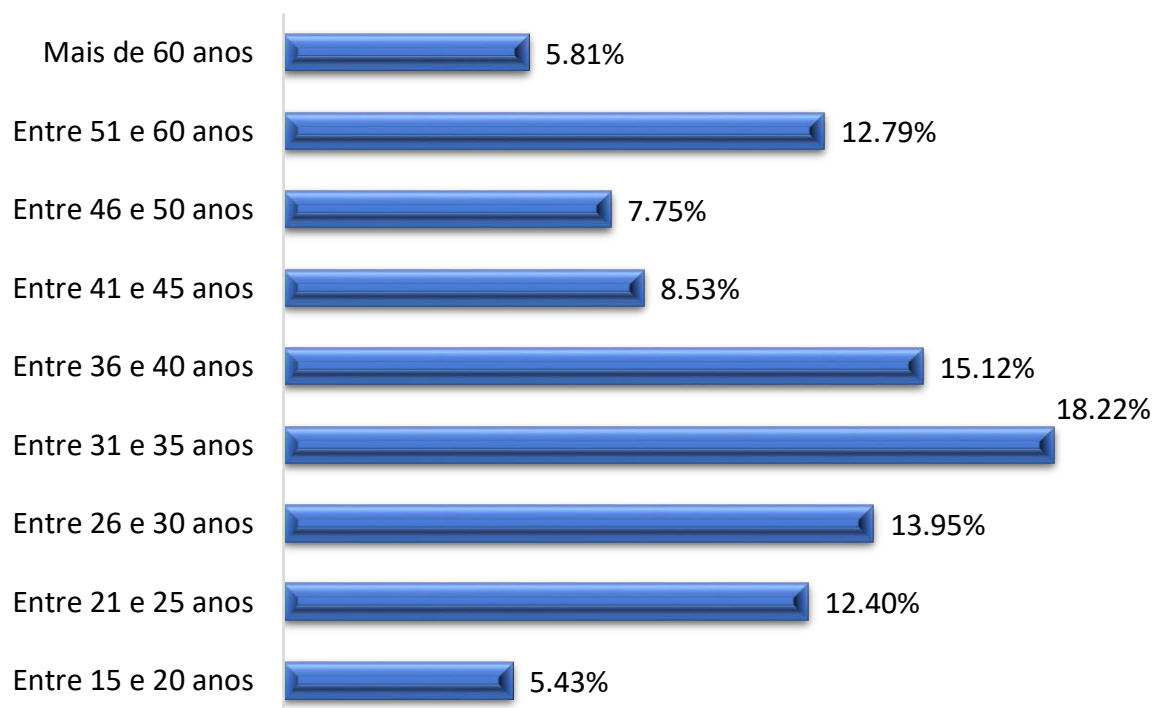


Tabela 03 – Qual o município onde nasceu?

Tambaú	65,89%	Marília	0,39%
Aguai	0,39%	Merlo (Argentina)	0,39%
Amargosa - BA	0,39%	Mococa	1,16%
Anhembi	0,39%	Monte Santo de Minas	0,77%
Araraquara	0,39%	Piracicaba	0,39%
Araras	0,39%	Pirassununga	0,77%
Belém - PA	0,39%	Porto Ferreira	0,77%
Campestre	0,39%	Ribeirão Preto	2,33%
Campinas	0,77%	Santa Cruz das Palmeiras	6,59%
Candeias	0,39%	Santa Isabel do Ivaí - PR	0,39%
Carapicuíba	0,39%	Santa Rita do Passa Quatro	0,77%
Casa Branca	1,16%	Santa Rosa de Viterbo	0,77%
Cassia	0,39%	Santa Vitória do Palmar - RS	0,39%
Caxias do Sul - RS	0,39%	São João - PE	0,39%
Ceres - GO	0,39%	São Paulo	5,43%
Rio de Janeiro	1,16%	São Sebastião da Gramma	0,39%
Descalvado	1,16%	São Simão	0,77%
Limeira	0,77%	Terra Rica - PR	0,39%
Londrina - PR	0,39%	Vargem Grande do Sul	0,77%

Gráfico 04 – Qual o Estado onde nasceu?

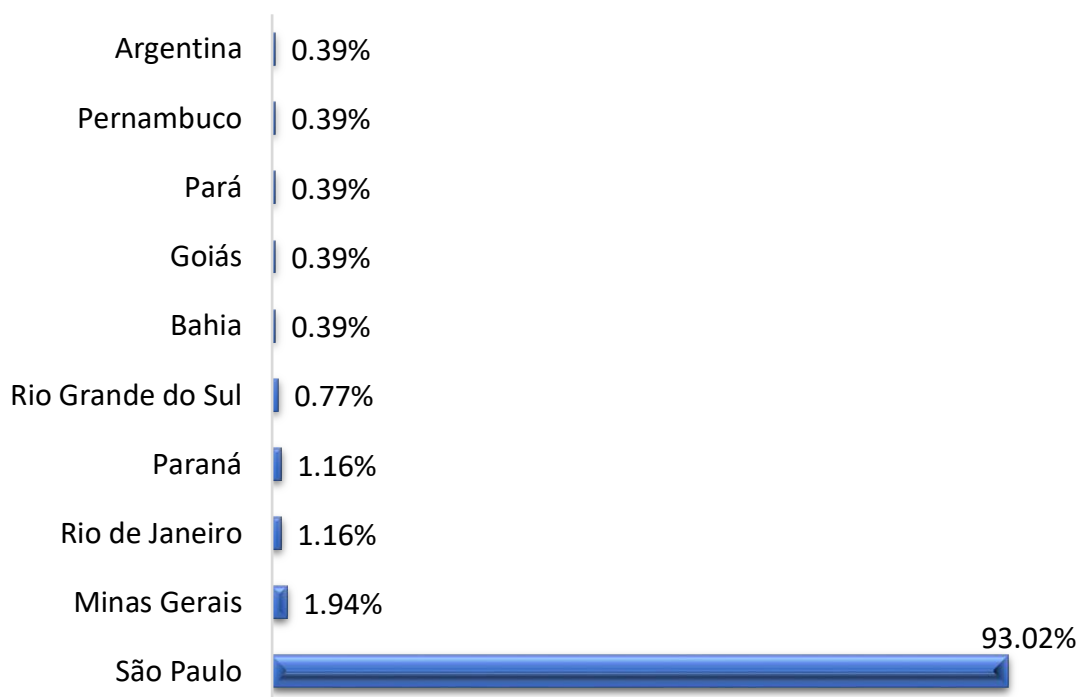


Tabela 04 – Qual o bairro em que você mora?

Centro	12,40%	Jardim José Gatto	1,55%
Jardim das Pitas	10,08%	Jardim Flórida	1,55%
Jardim Manoel Meirelles Alves	8,91%	Jardim São João	1,55%
Jardim Santa Carolina (I e II)	8,91%	Jardim Nova Era	1,55%
Vila Maria	6,20%	Jardim Mazza	1,16%
Jardim Alvorada	5,81%	Terras Santo Antônio	1,16%
Jardim Boa Esperança	5,04%	Jardim Primavera	1,16%
Vila Padre Donizetti	4,26%	Jardim do Trevo	0,78%
Vila Santa Terezinha	3,88%	Jardim Luana	0,78%
Vila São Jorge	3,88%	Patrimônio	0,78%
Chic Andrezza	3,10%	São Pedro dos Morrinhos	0,78%
Jardim São Lourenço	3,10%	Zona Rural	0,78%
Wanderley Assalim	3,10%	Faveiro	0,39%
Vila Salemi	2,33%	Jardim Nossa Senhora	0,39%
Jardim Nova Aparecida	1,93%	Aparecida	0,39%
Piché	1,93%	José Betting	0,39%
		Vila Alemã	0,39%

Na tabela 04 constam todos os bairros indicados pelos respondentes, da forma como apontados nas respostas.

Gráfico 05 – Há quanto tempo mora em Tambaú?

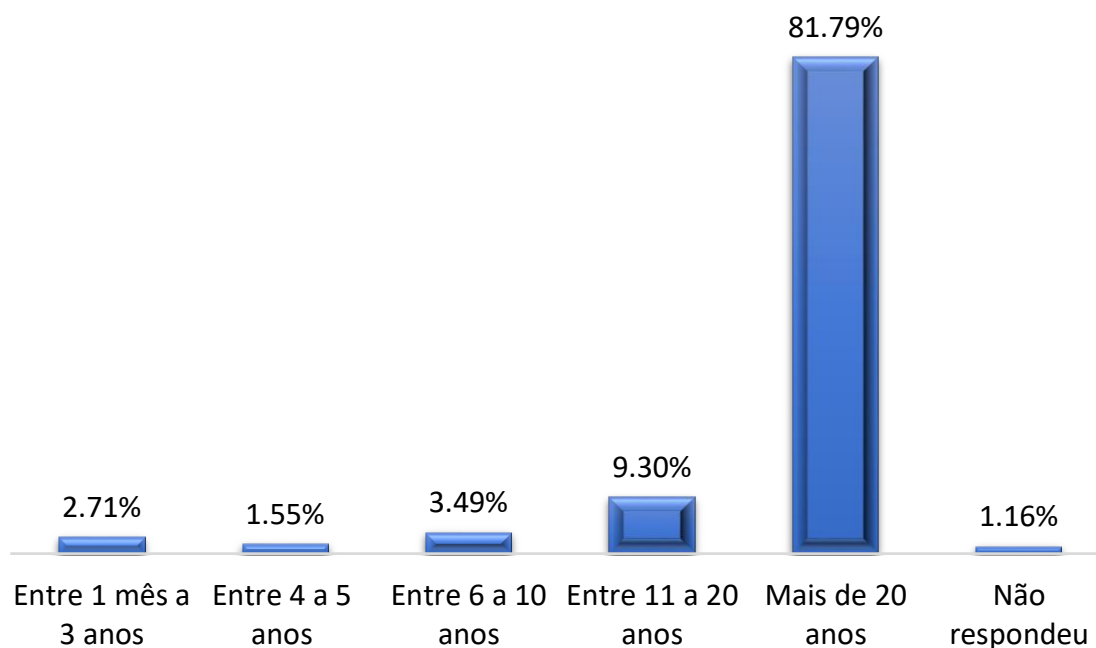


Gráfico 06 A – Qual a sua escolaridade e a rede de ensino? - Ensino Fundamental

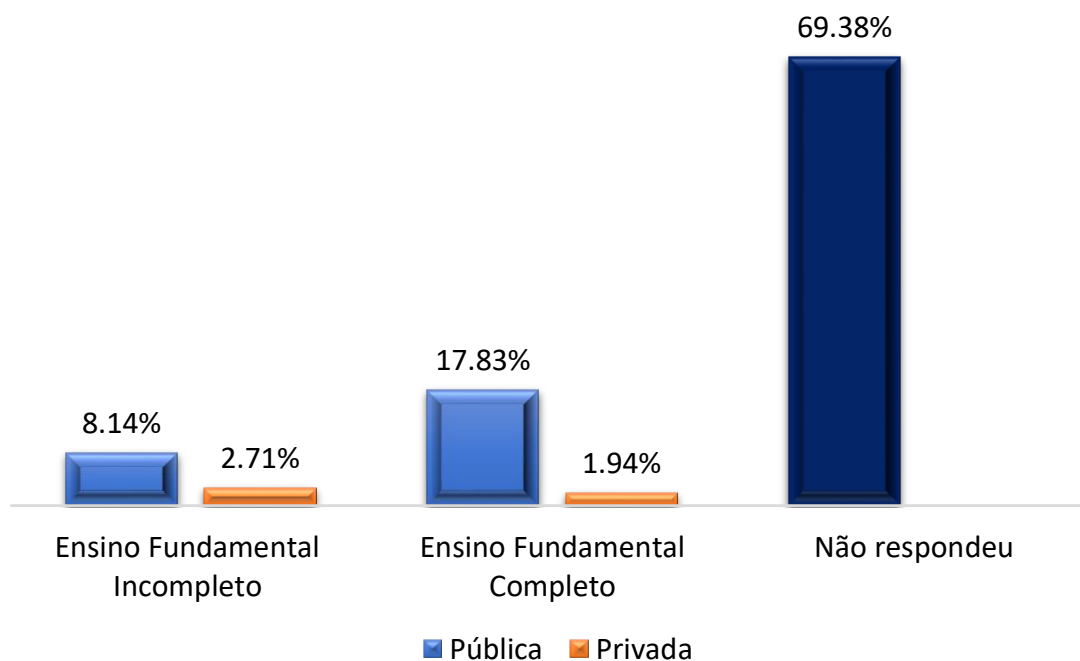


Gráfico 06 B – Qual a sua escolaridade e a rede de ensino? - Ensino Médio

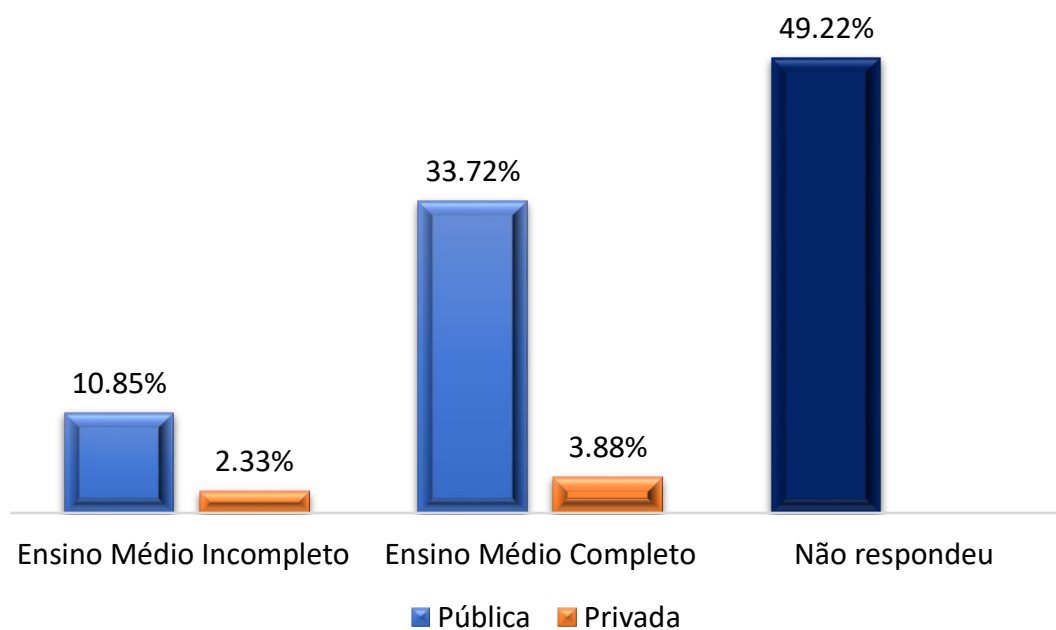


Gráfico 06 C – Qual a sua escolaridade e a rede de ensino? – Ensino Técnico

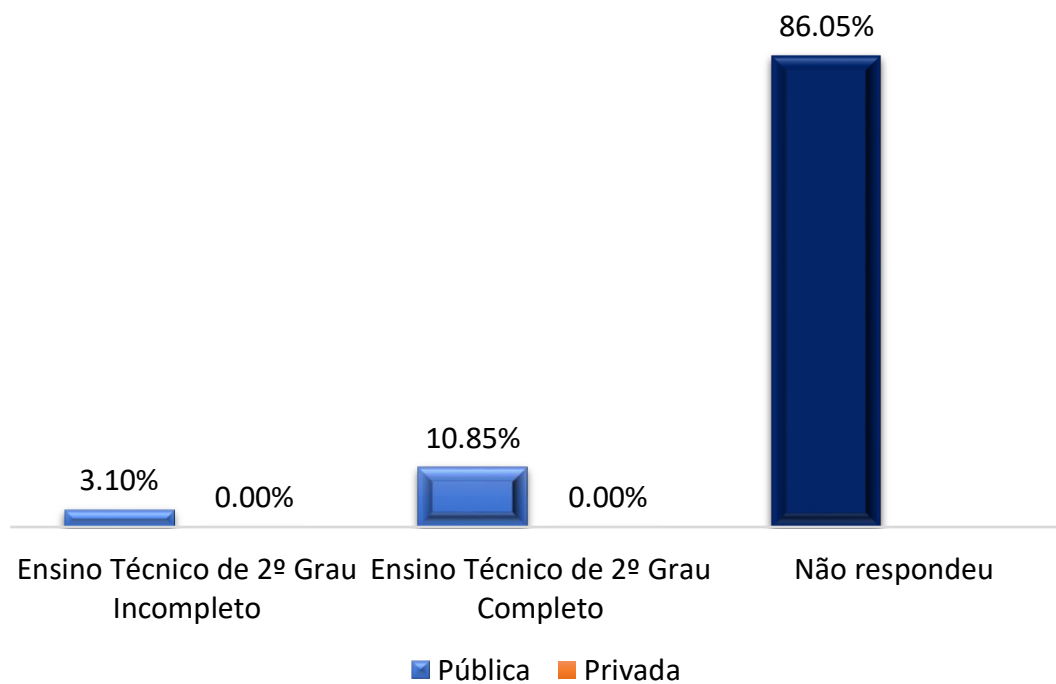


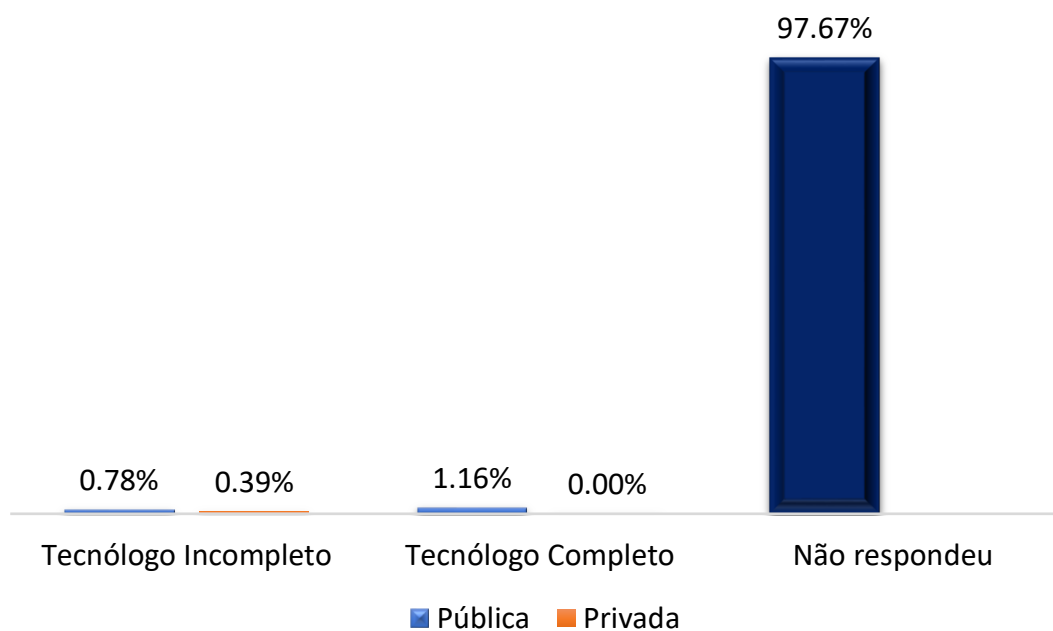
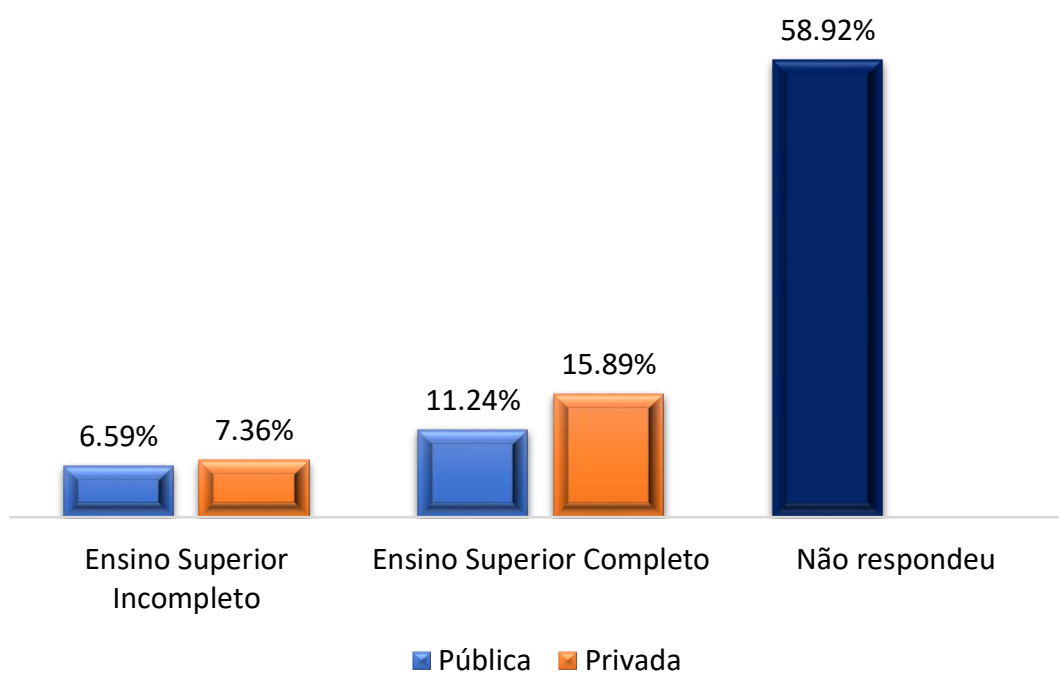
Gráfico 06 D – Qual a sua escolaridade e a rede de ensino? - **Tecnólogo**Gráfico 06 E – Qual a sua escolaridade e a rede de ensino? – **Ensino Superior**

Gráfico 06 F – Qual a sua escolaridade e a rede de ensino? – Pós-Graduação

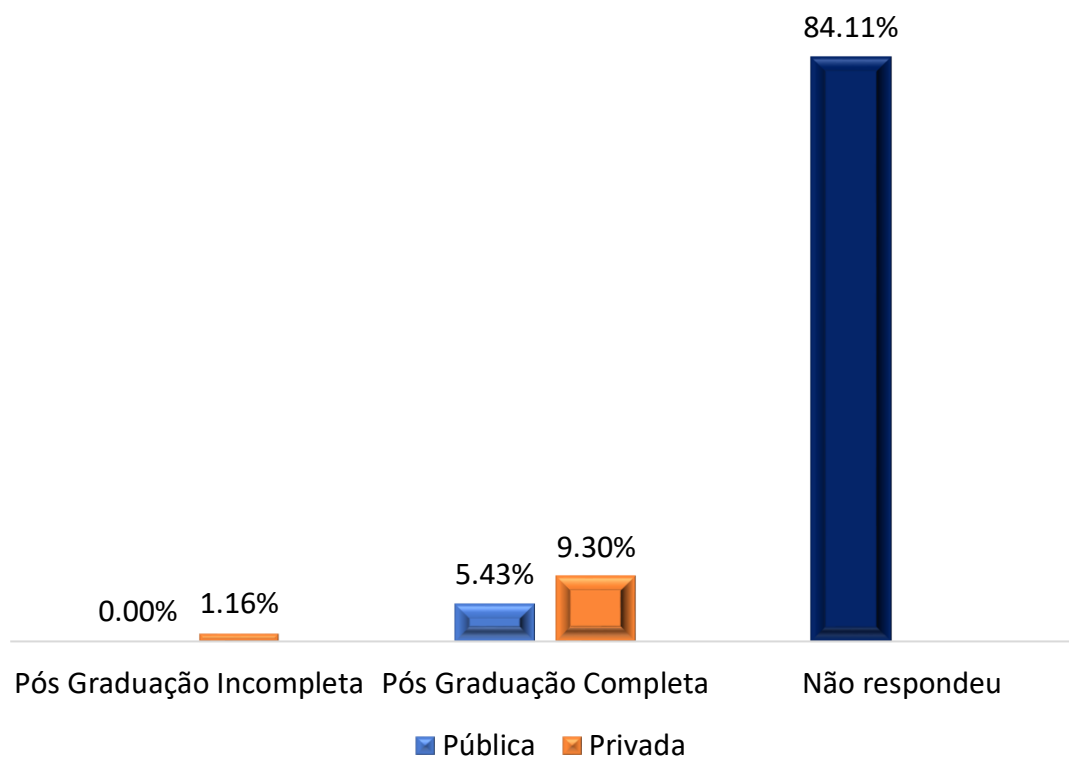


Gráfico 06 G – Qual a sua escolaridade e a rede de ensino? – Doutorado

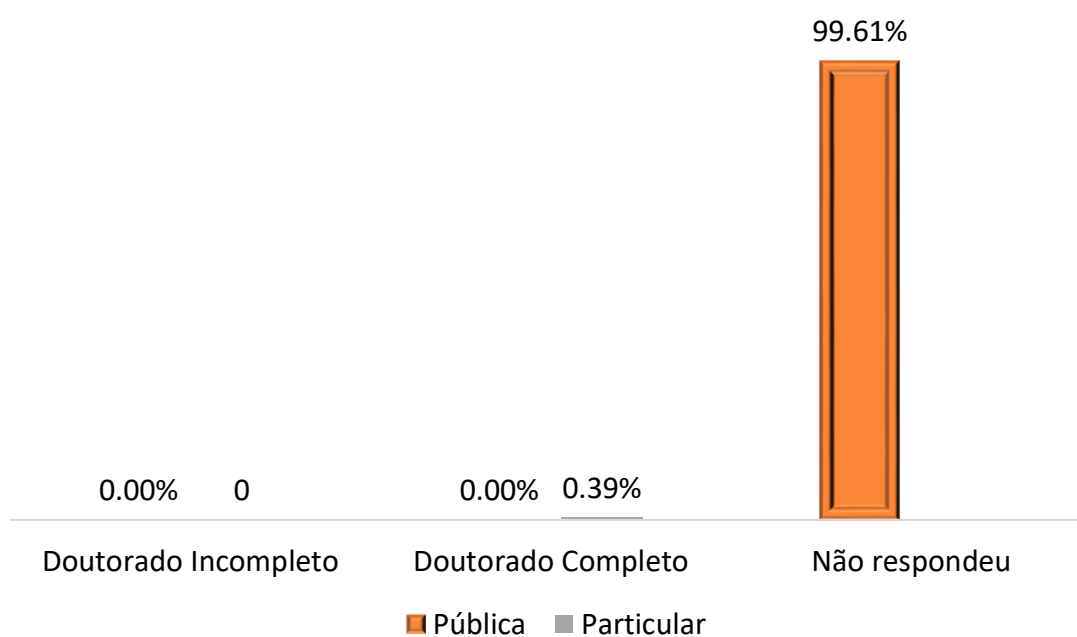


Gráfico 07 – Qual o seu Estado Civil?

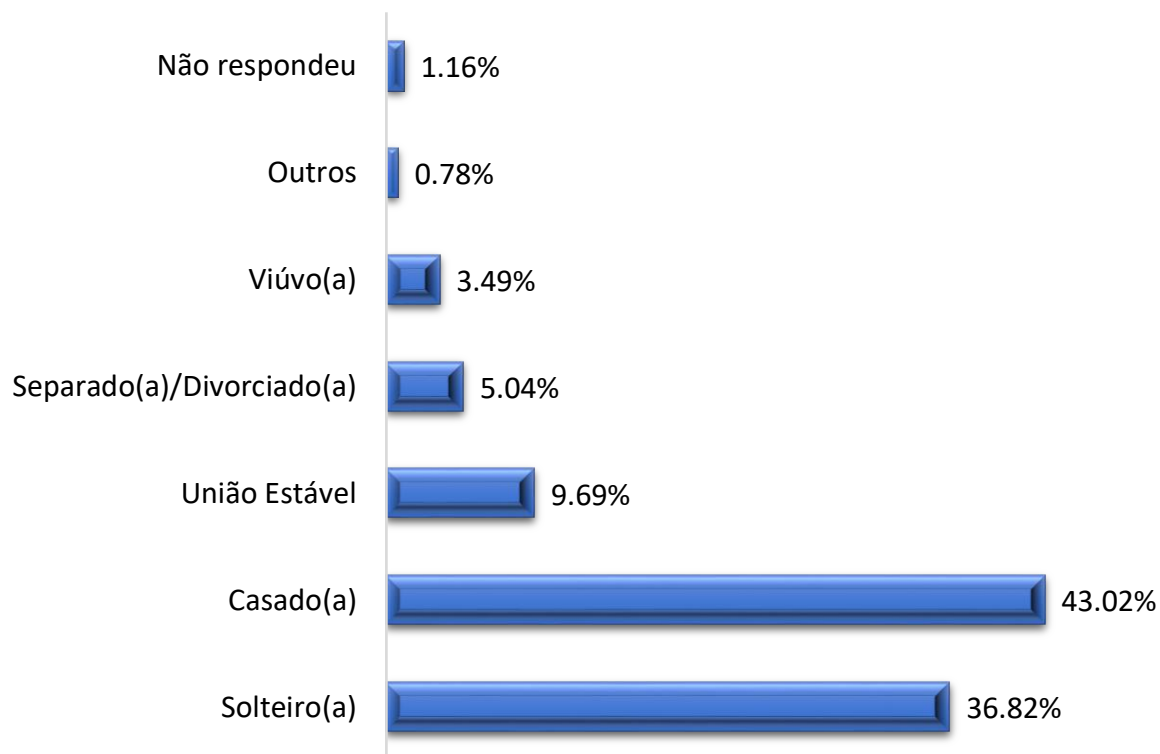


Gráfico 08 – Você tem filhos?

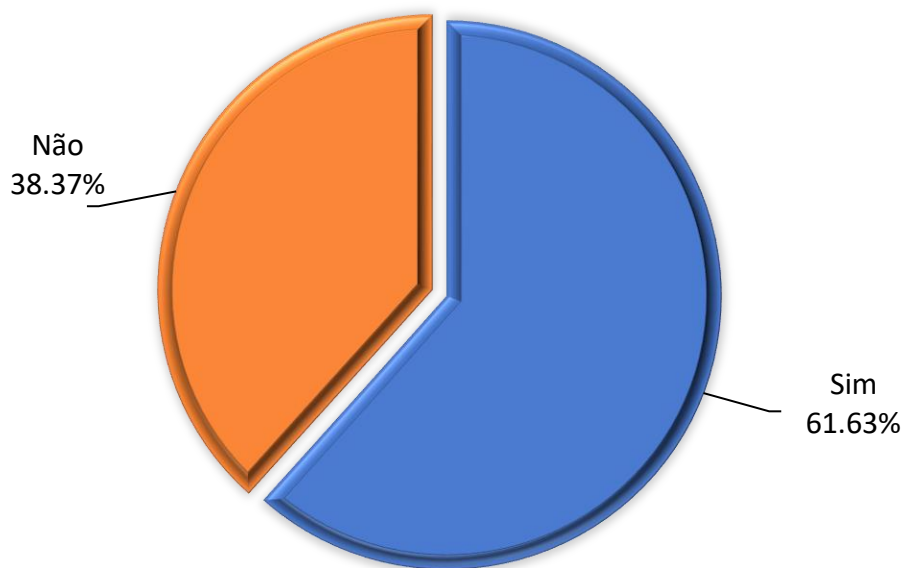


Gráfico 09 – Se sim, quantos filhos tem?

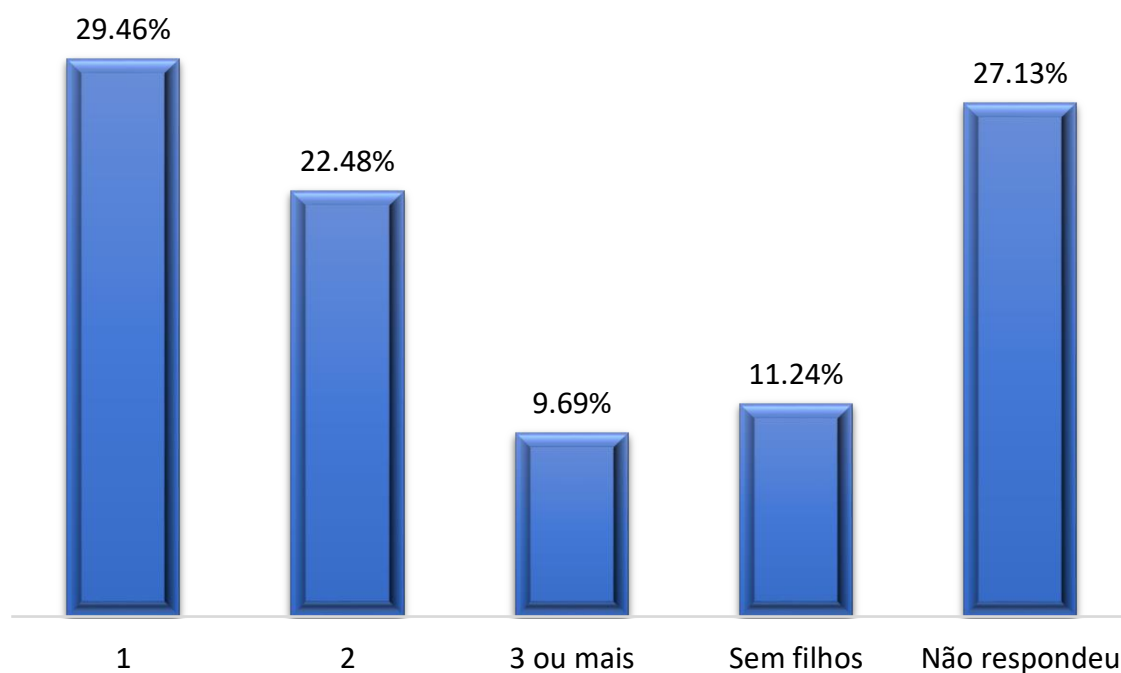


Gráfico 10 – Em sua opinião, a qual classe social acha que a sua família pertence?

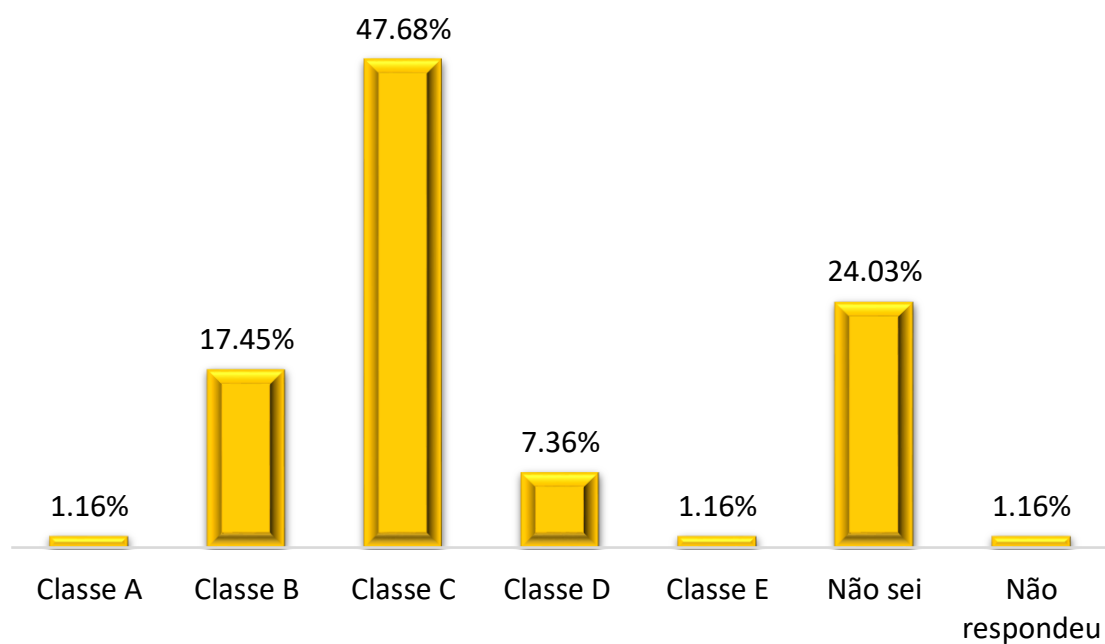


Gráfico 11 – Qual é a renda atual da sua família?



3a. Visão da Cidade

Gráfico 12 – Na sua opinião como é morar e viver em Tambaú?

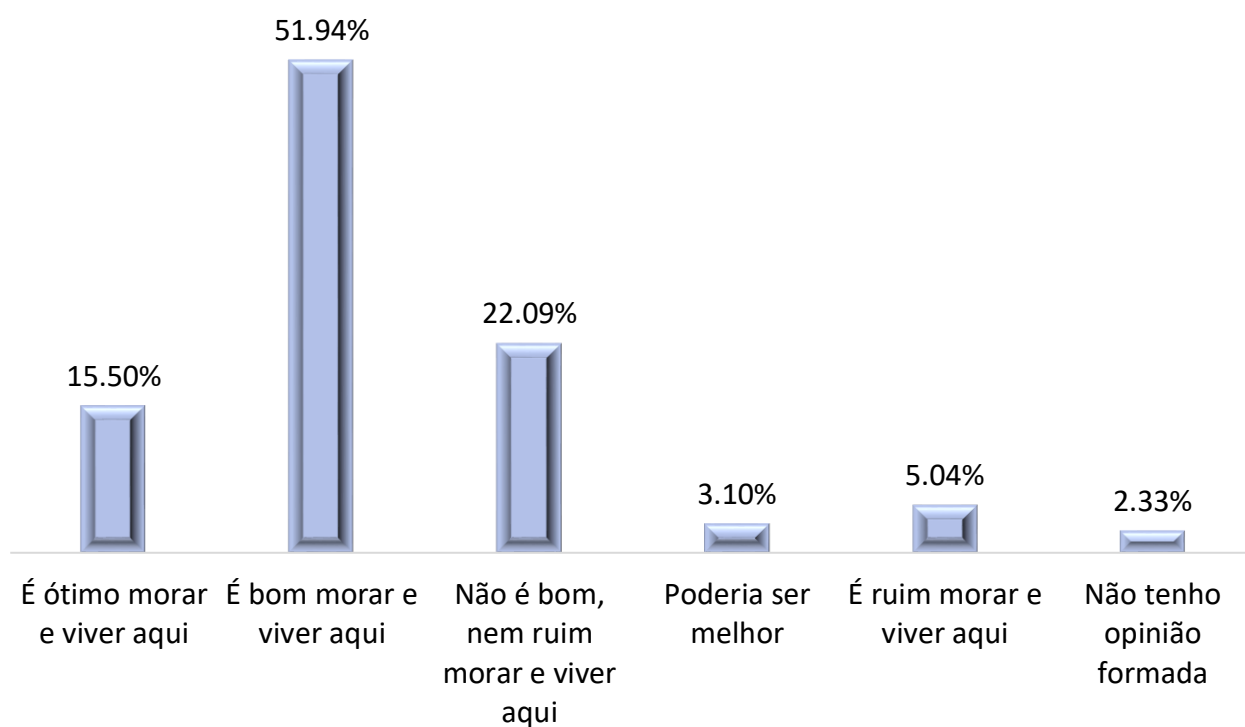


Gráfico 13 – Comente sobre o seu sentimento de morar e viver em Tambaú.

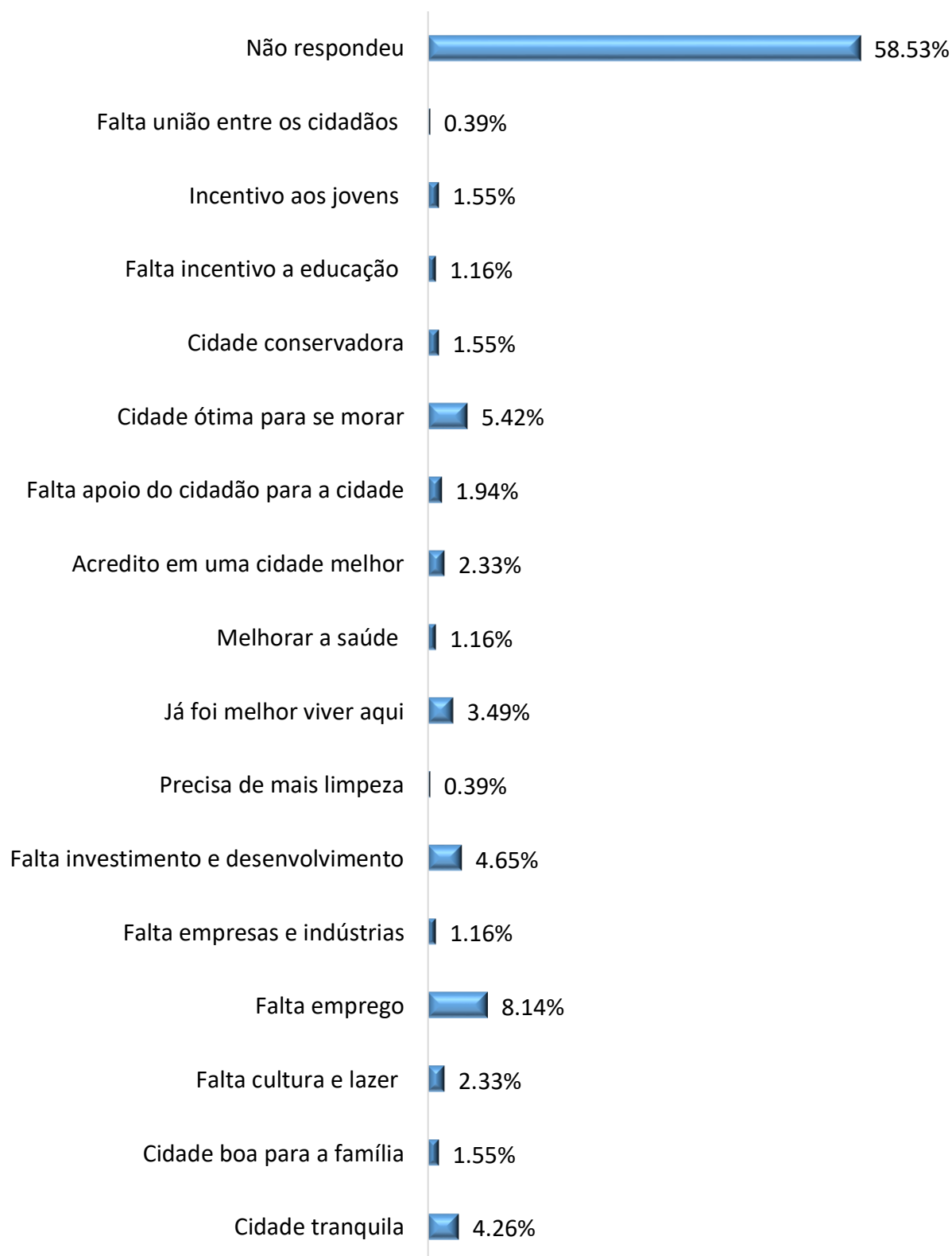
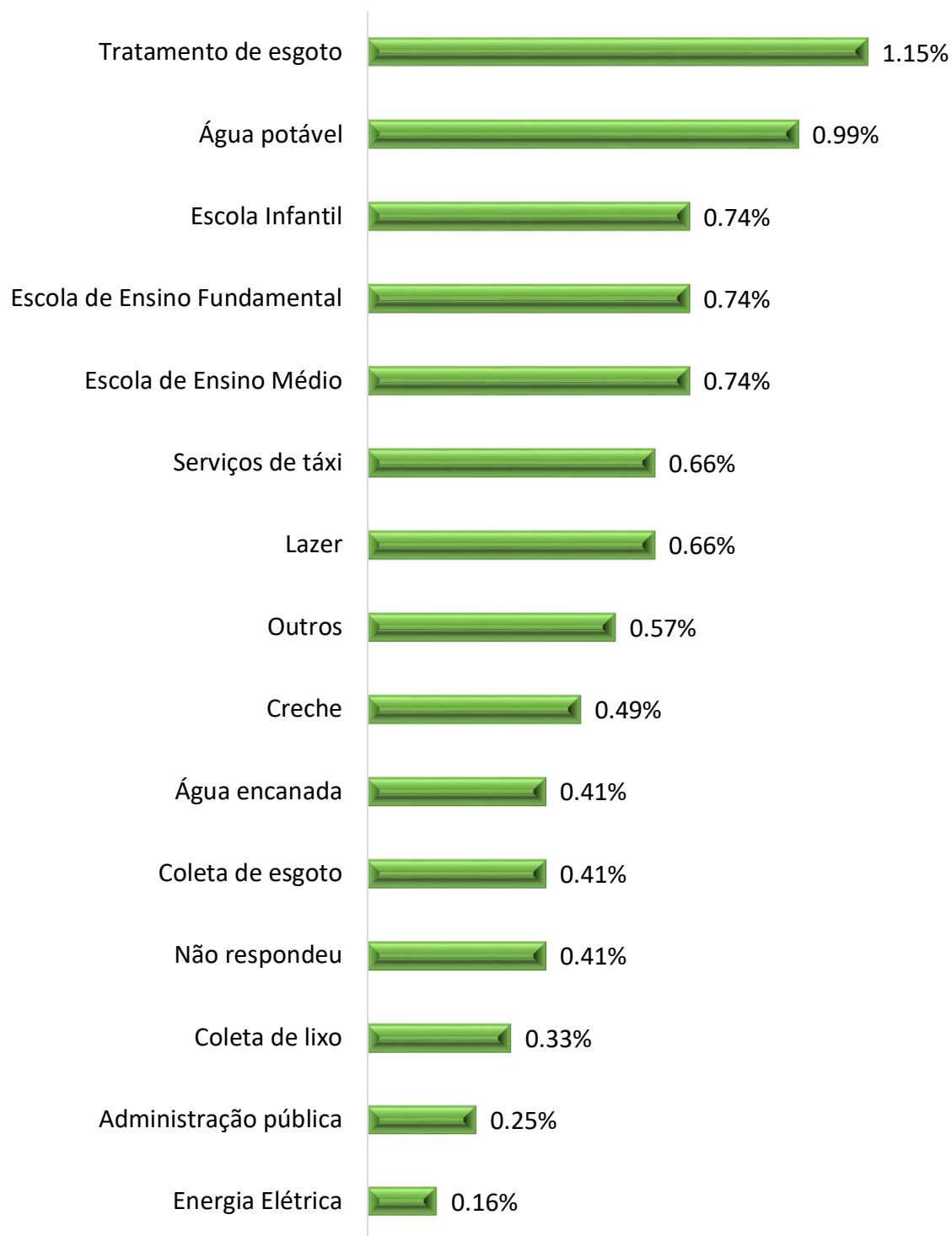


Gráfico 14 A – Com relação ao Município de Tambaú, do que a sua família mais sente falta?



Gráfico 14 B – Com relação ao Município de Tambaú, do que a sua família mais sente falta?



O item “outros” representa a falta de produtos, falta de estacionamento, falta de participação da comunidade e falta de farmácia com 0,57%.

Gráfico 15 – Comentários sobre o que a sua família mais sente falta morando em Tambaú.

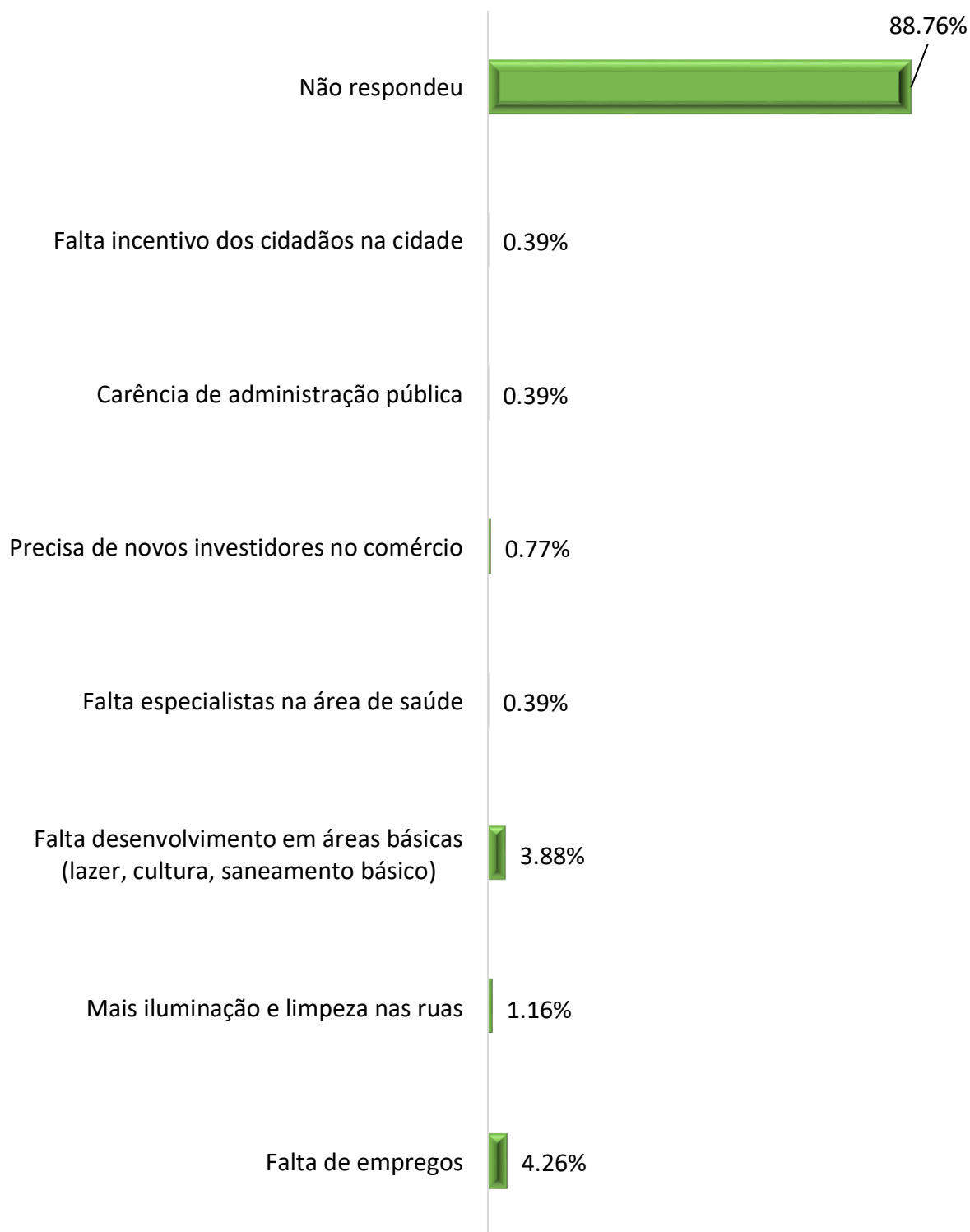


Gráfico 16 A – Quais são os melhores motivos que justifiquem você morar e viver em Tambaú?

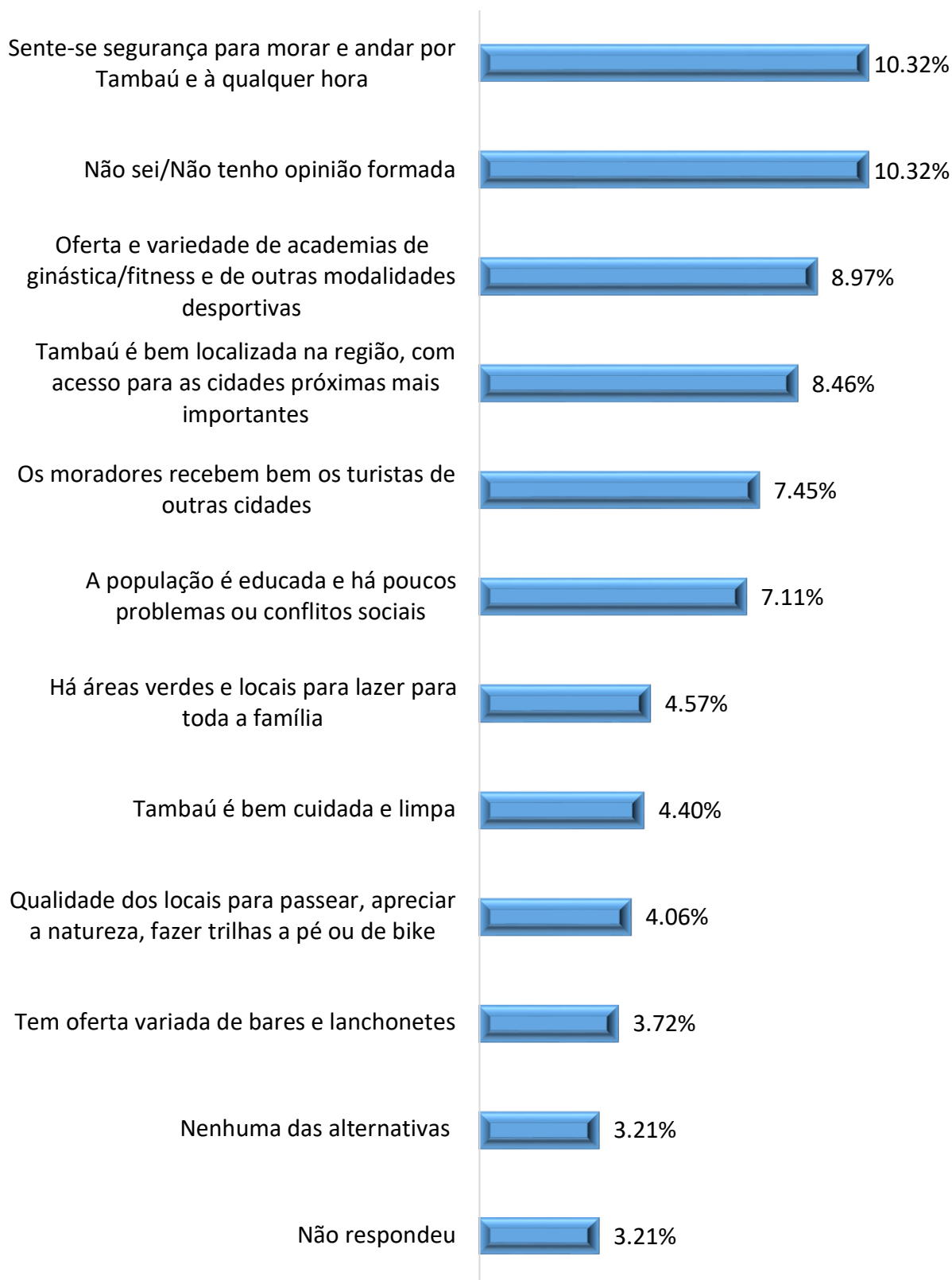
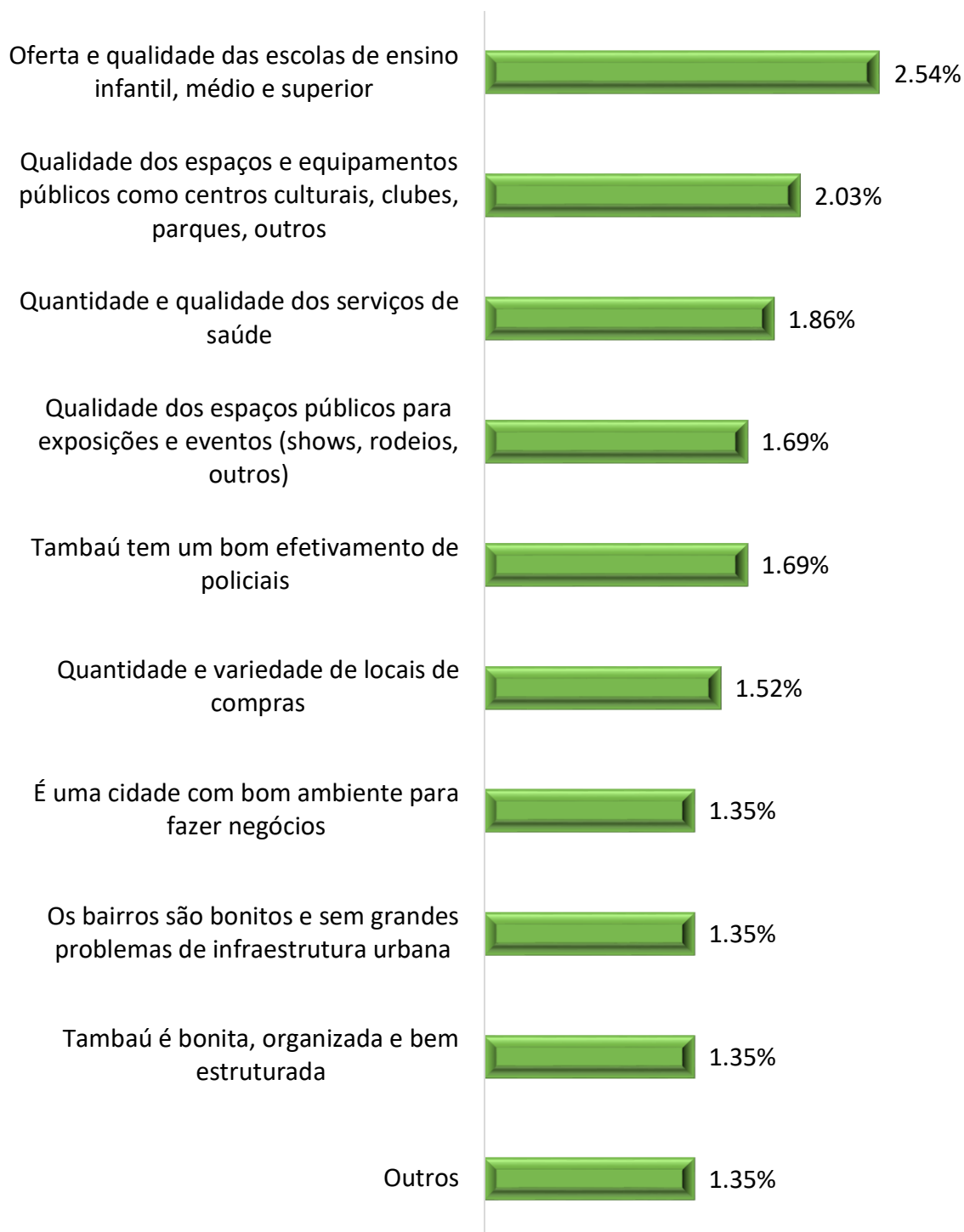


Gráfico 16 B - Motivos que considera serem os melhores e que justificam morar e viver em Tambaú.



O item “outros” representa cidade estável, boa para família, custo de vida baixo e qualidade de vida com 1,35%.

Gráfico 16 C - Motivos que considera serem os melhores e que justificam morar e viver em Tambaú.

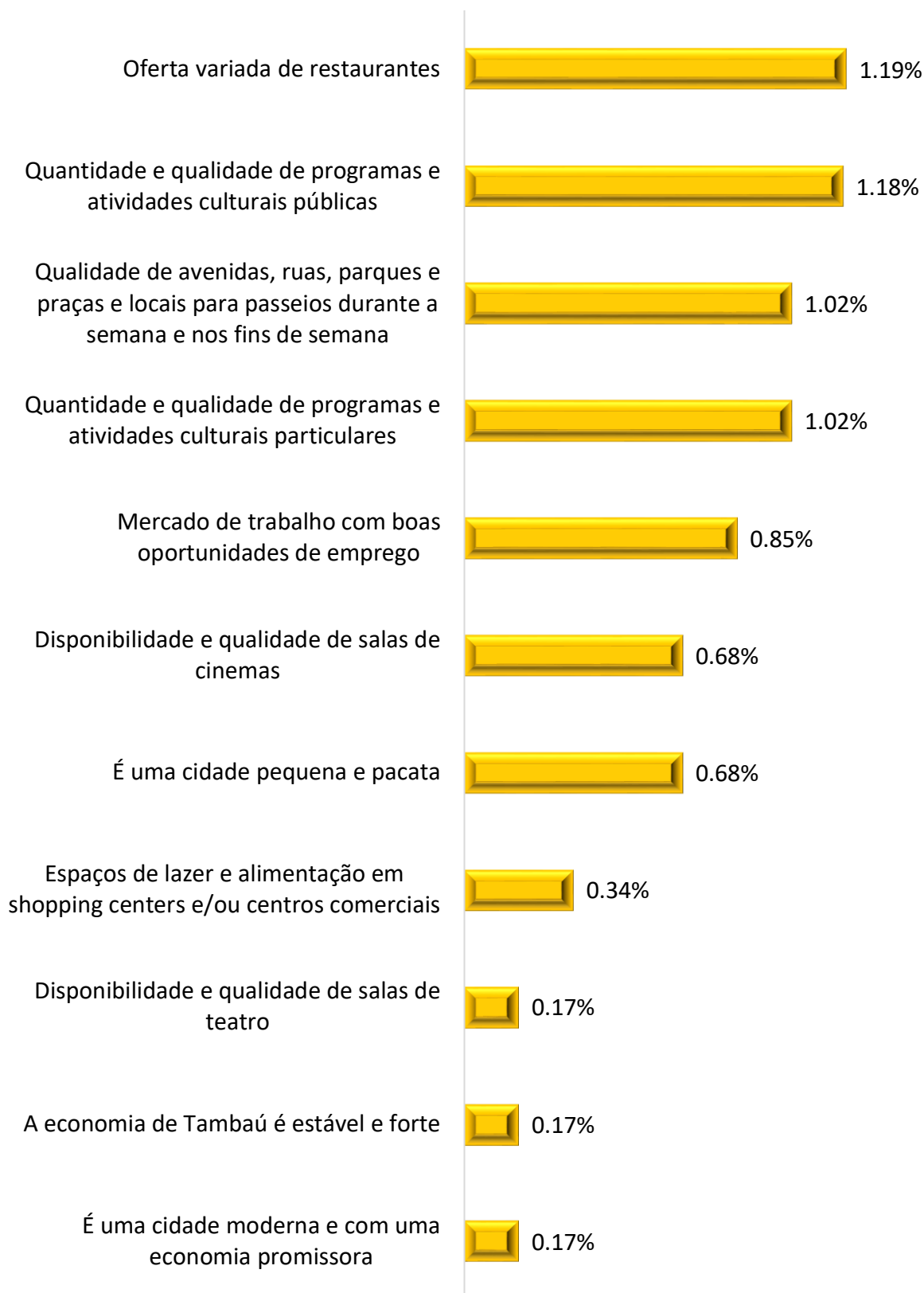


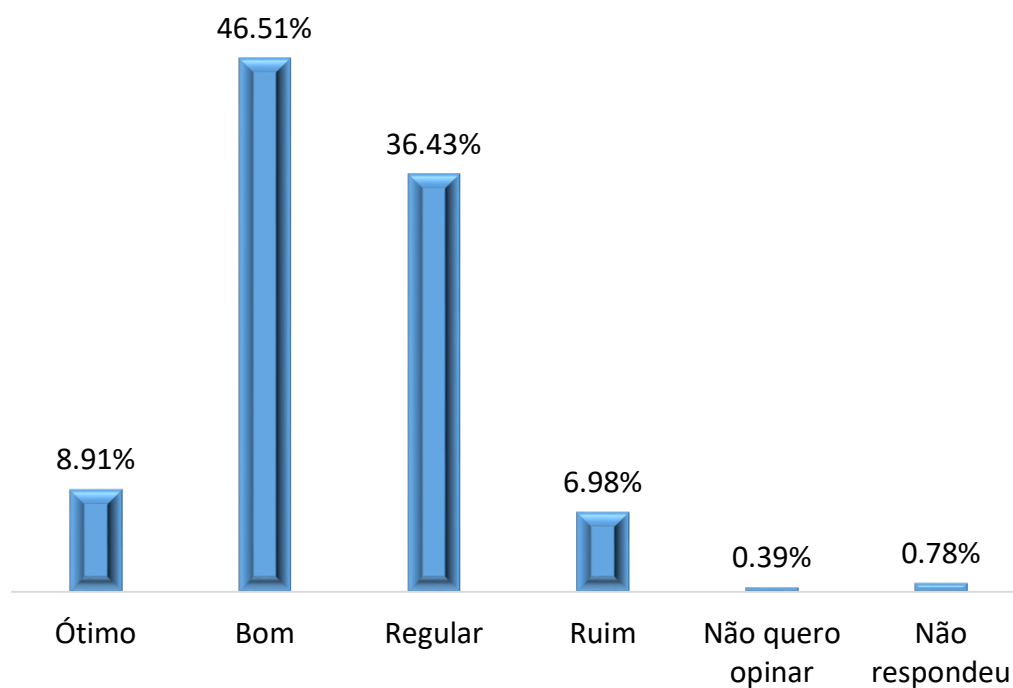
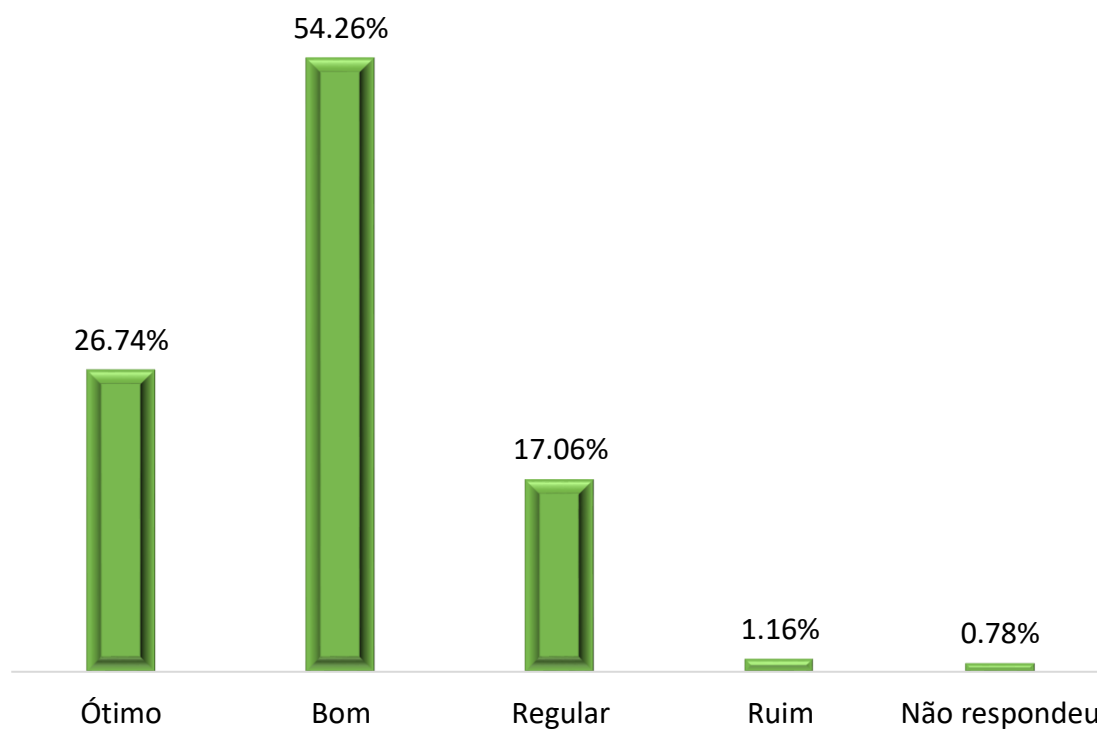
Gráfico 17 - Qual o seu grau de satisfação com a qualidade do **serviço de água e esgoto**?Gráfico 18 - Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade da coleta de lixo**?

Gráfico 19 – Qual o seu grau de satisfação com a existência e **qualidade da coleta seletiva de lixo?**

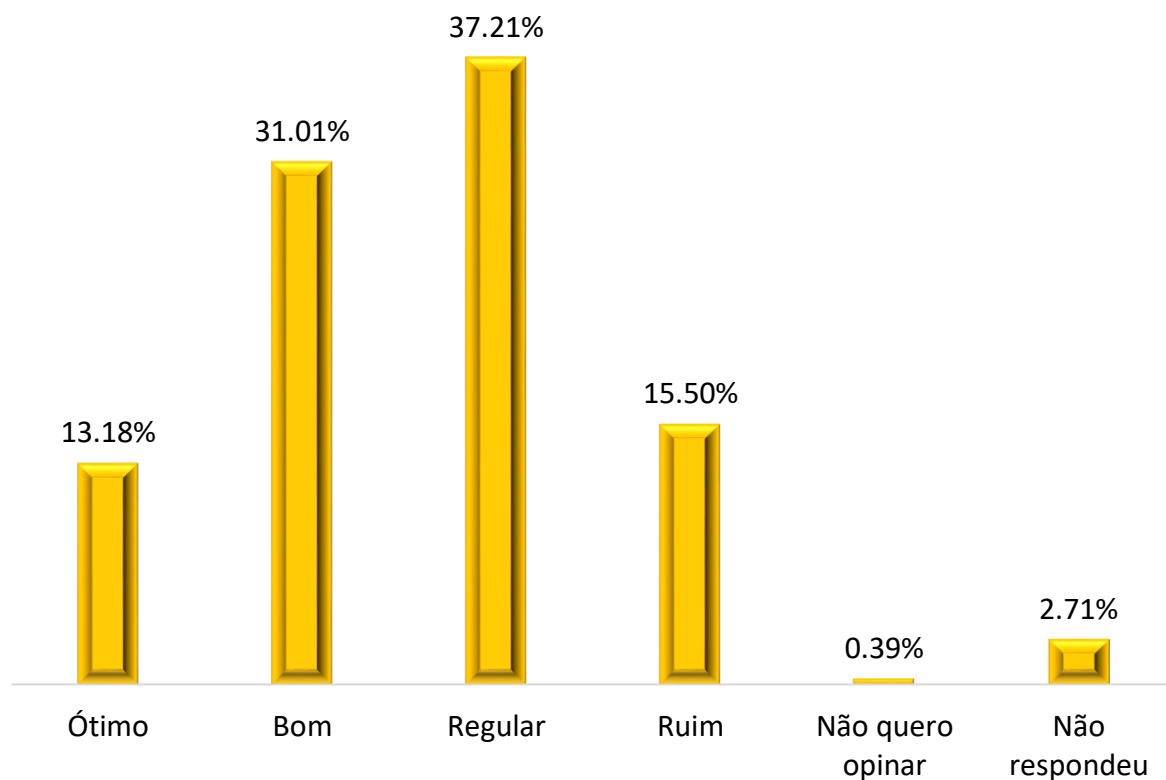


Gráfico 20 - Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade do serviço transporte e deposição do lixo/resíduos (em aterro sanitário, lixão, outros)?**

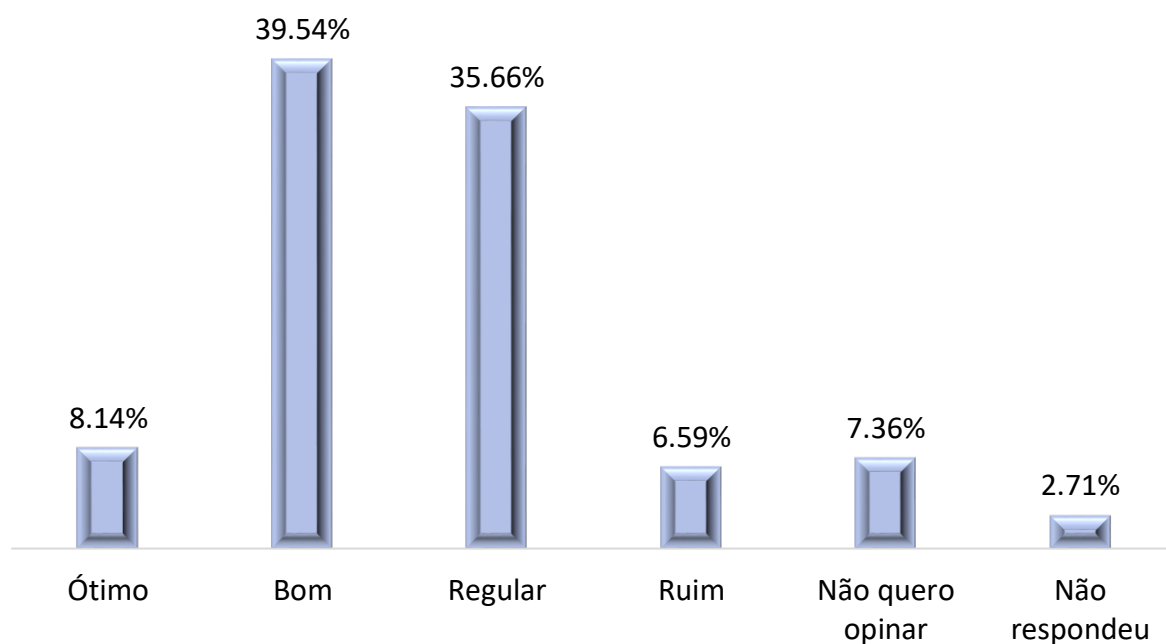


Gráfico 21 - Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade no transporte e deposição de entulhos e sobras de construções (em aterro sanitário, lixão, outros)?**

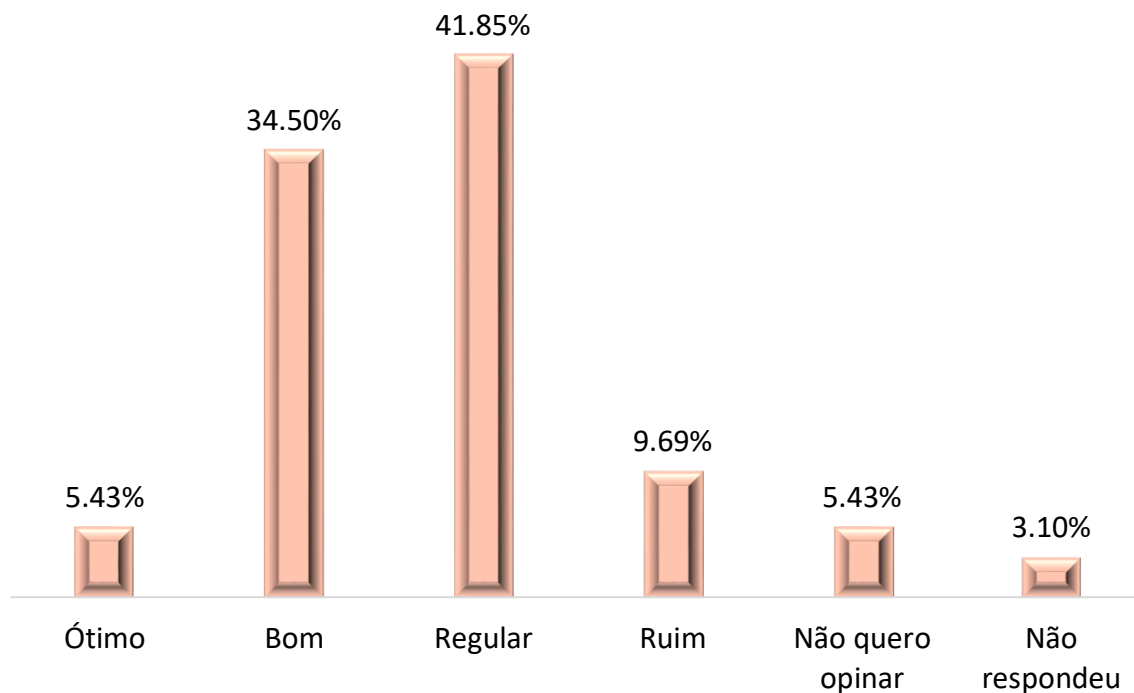


Gráfico 22 - Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade de cobertura da iluminação pública de ruas e praças?**

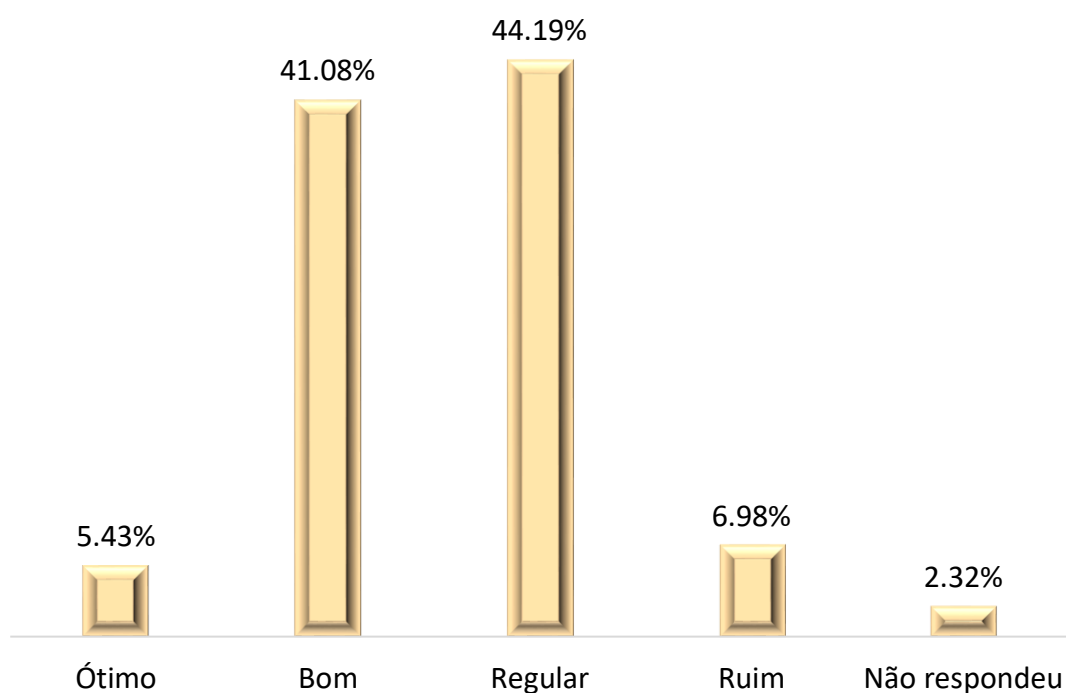


Gráfico 23 - Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade e frequência da varrição e limpeza de ruas e praças?**

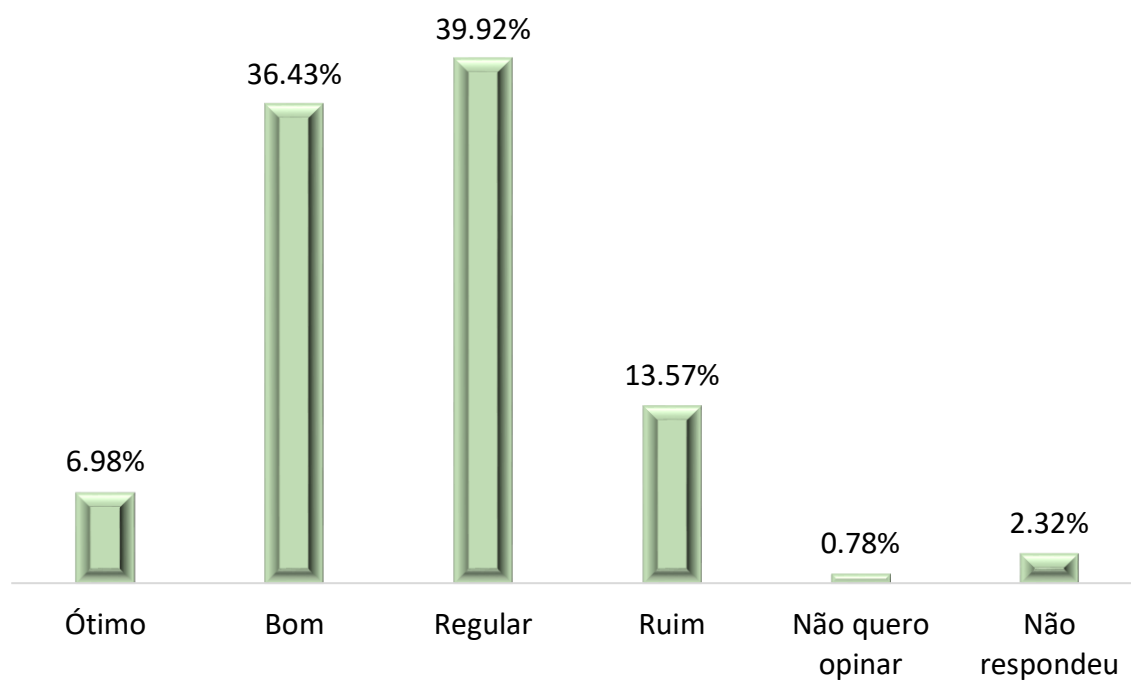


Gráfico 24 - Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade e frequência do serviço de limpeza de córregos e bueiros?**

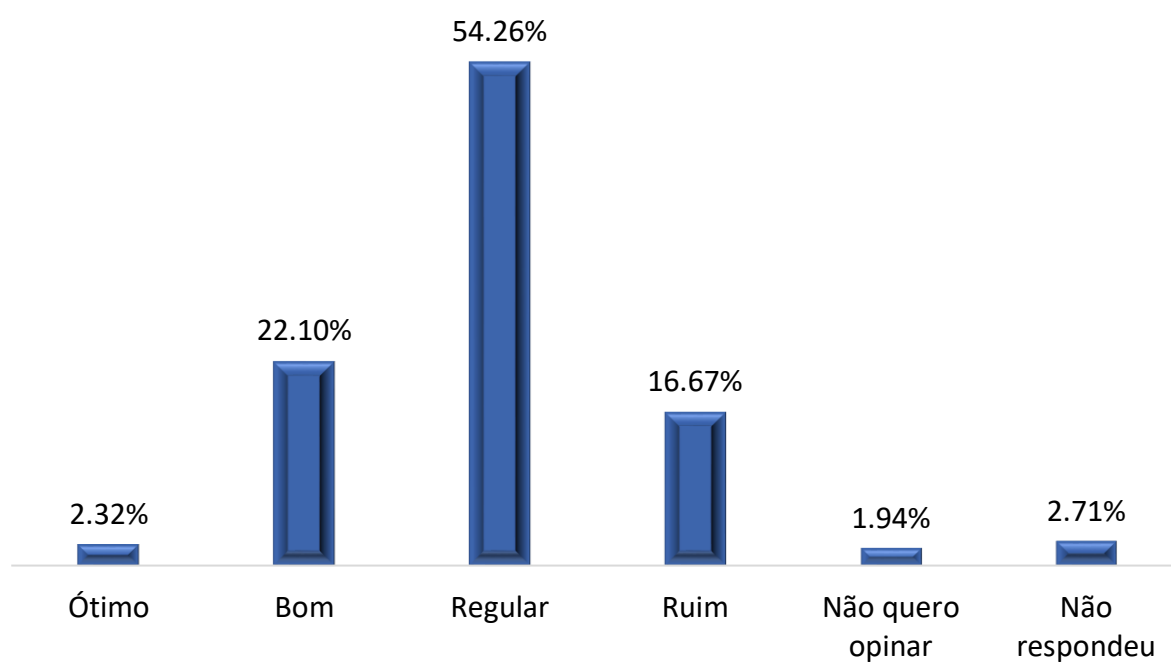


Gráfico 25 – Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade e frequência do serviço de manutenção e limpeza de áreas verdes?**

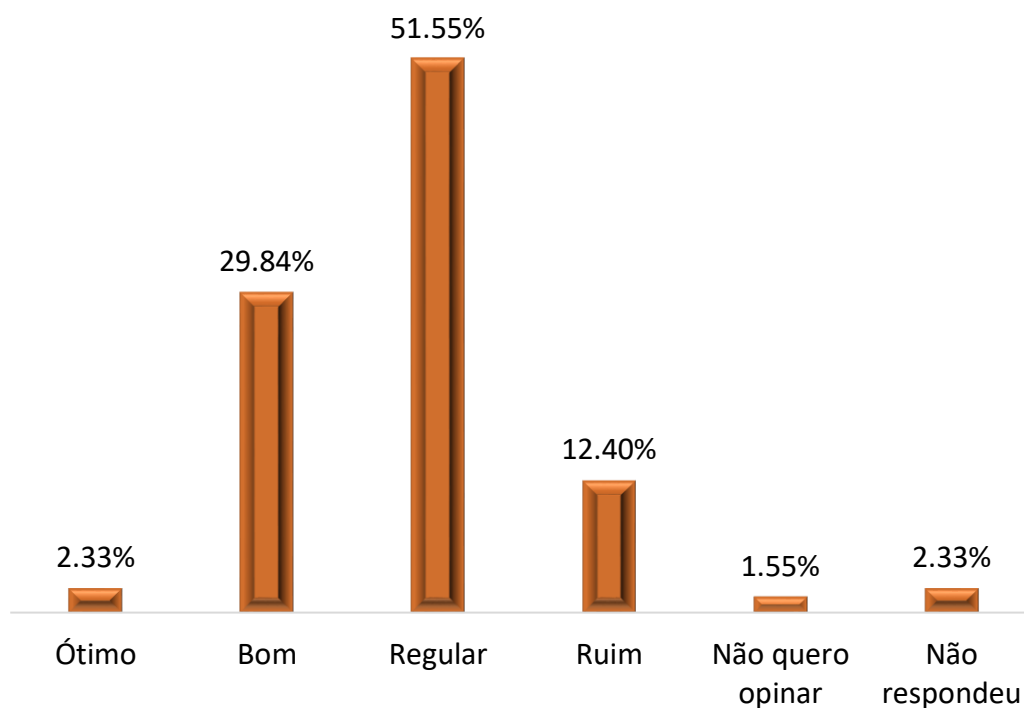


Gráfico 26 – Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade e nível de atendimento da infraestrutura do sistema de drenagem de água de chuva de ruas e áreas públicas?**

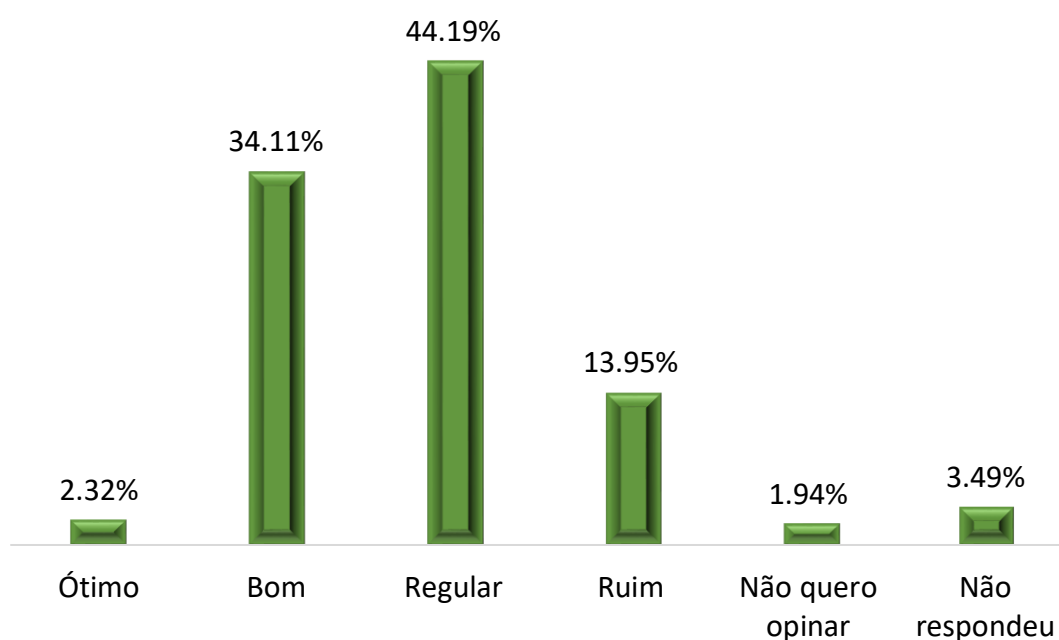


Gráfico 27 – Quais os comentários, críticas ou sugestões sobre os serviços de limpeza pública?

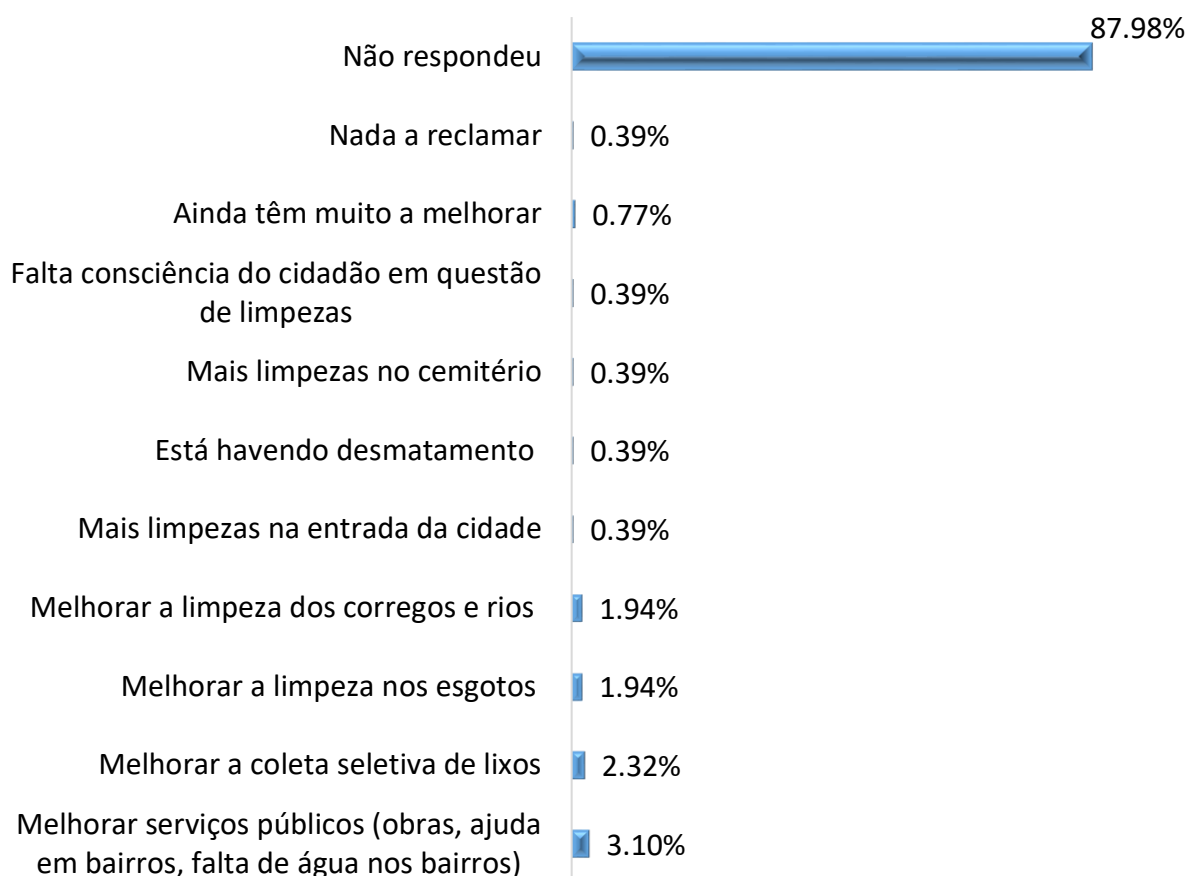


Gráfico 28 – Qual o seu grau de satisfação com a qualidade do **atendimento público em unidades básicas de saúde e assemelhadas** em Tambaú?

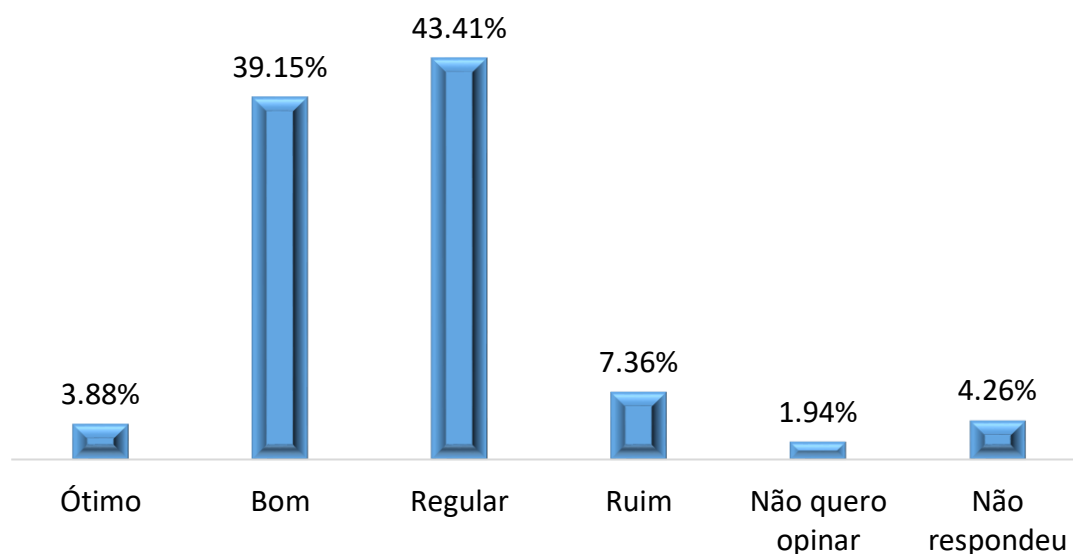


Gráfico 29 – Qual o seu grau de satisfação com a qualidade do **atendimento hospitalar em unidades públicas?**

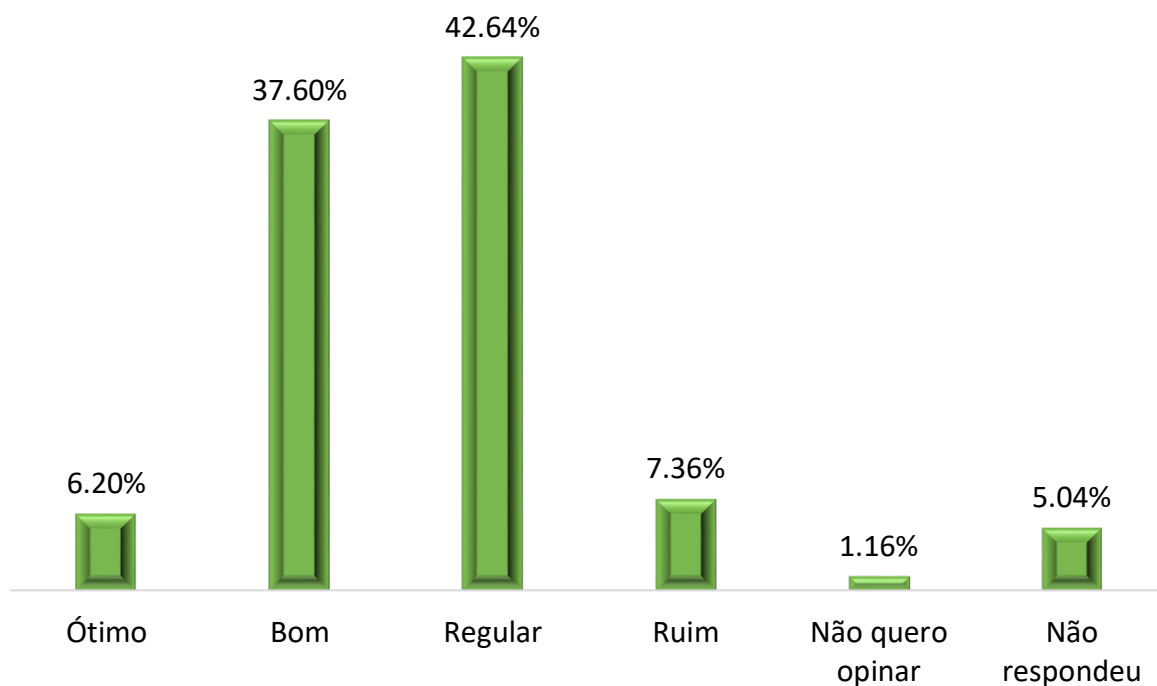


Gráfico 30 – Qual o seu grau de satisfação com a qualidade do **atendimento em clínicas particulares de saúde e assemelhados?**

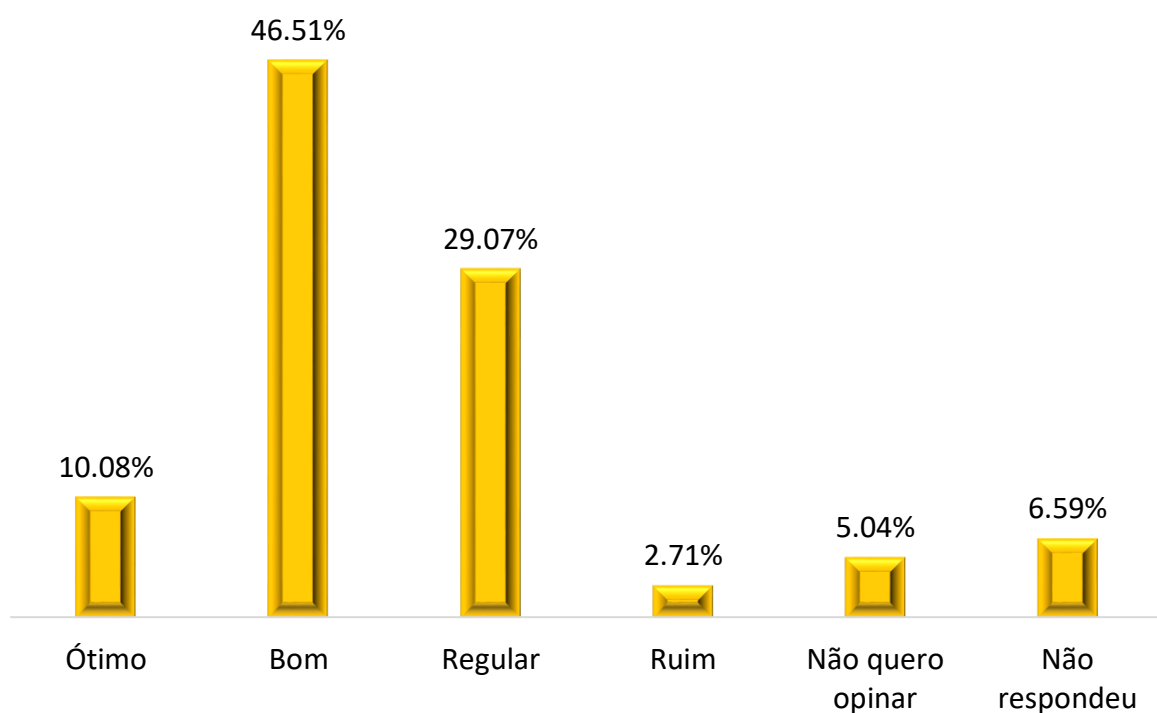


Gráfico 31 – Qual o seu grau de satisfação com a qualidade do **atendimento hospitalar em unidades particulares?**

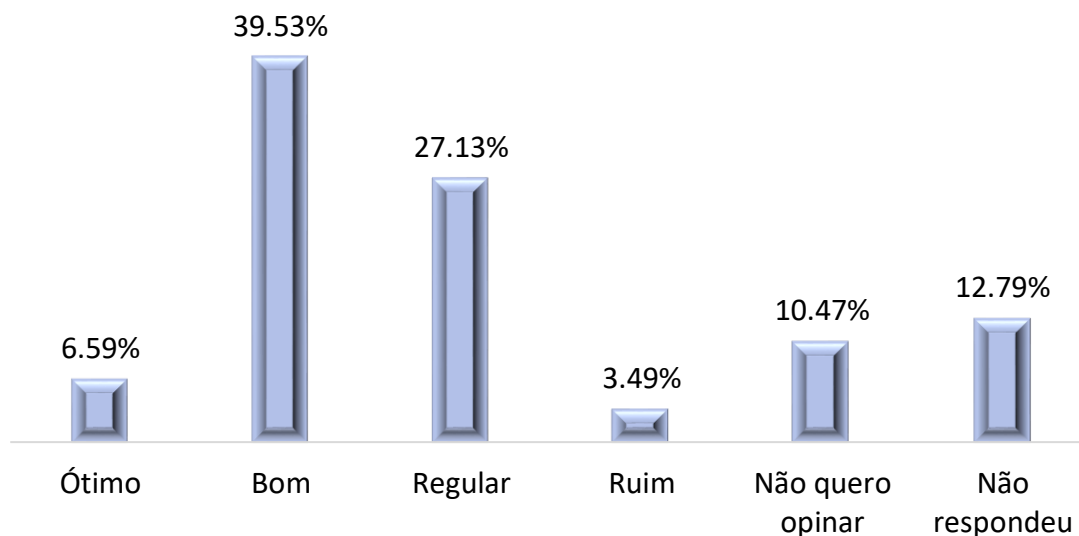


Gráfico 32 – Quais os comentários, críticas ou sugestões sobre os serviços da área de saúde?

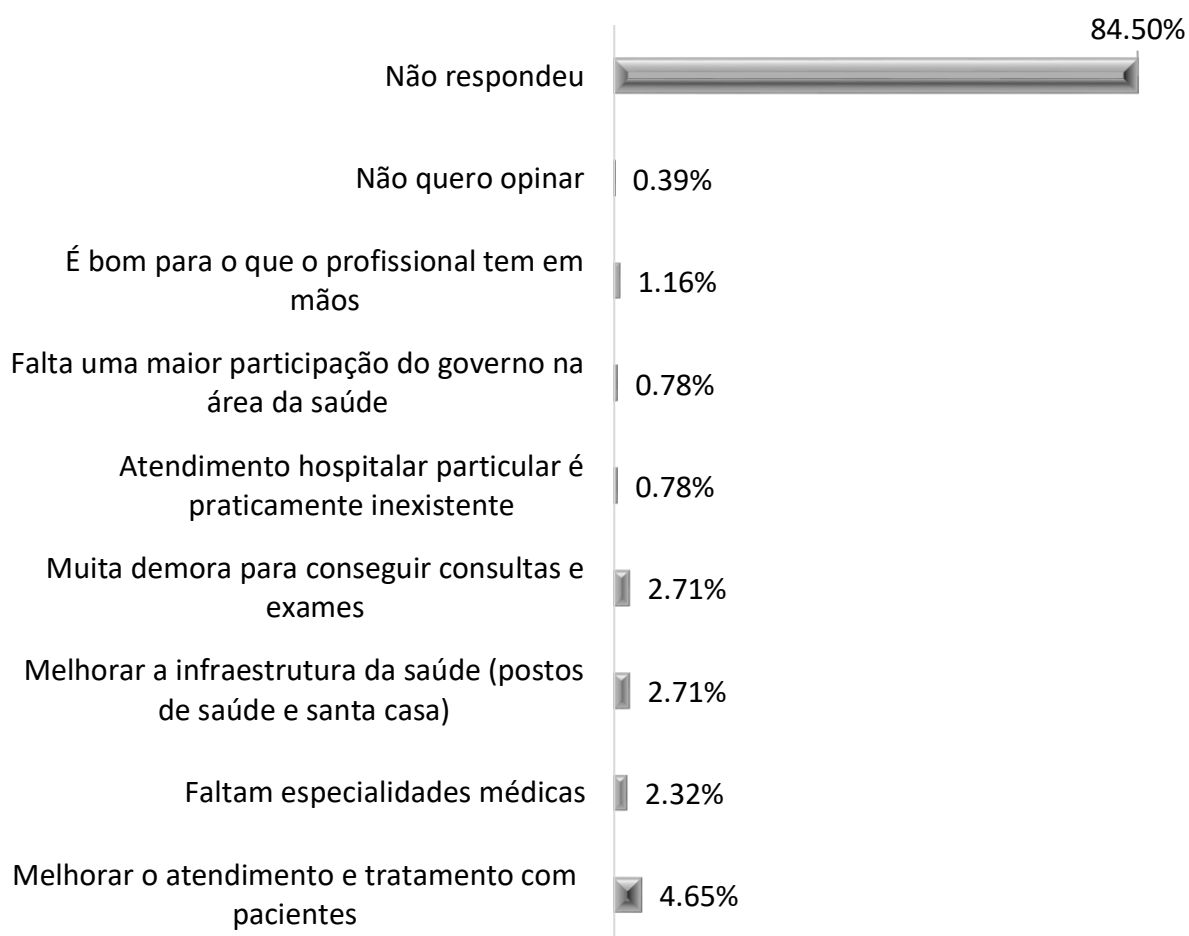


Gráfico 33 A - O que deve ser feito para melhorar a qualidade de vida em Tambaú?

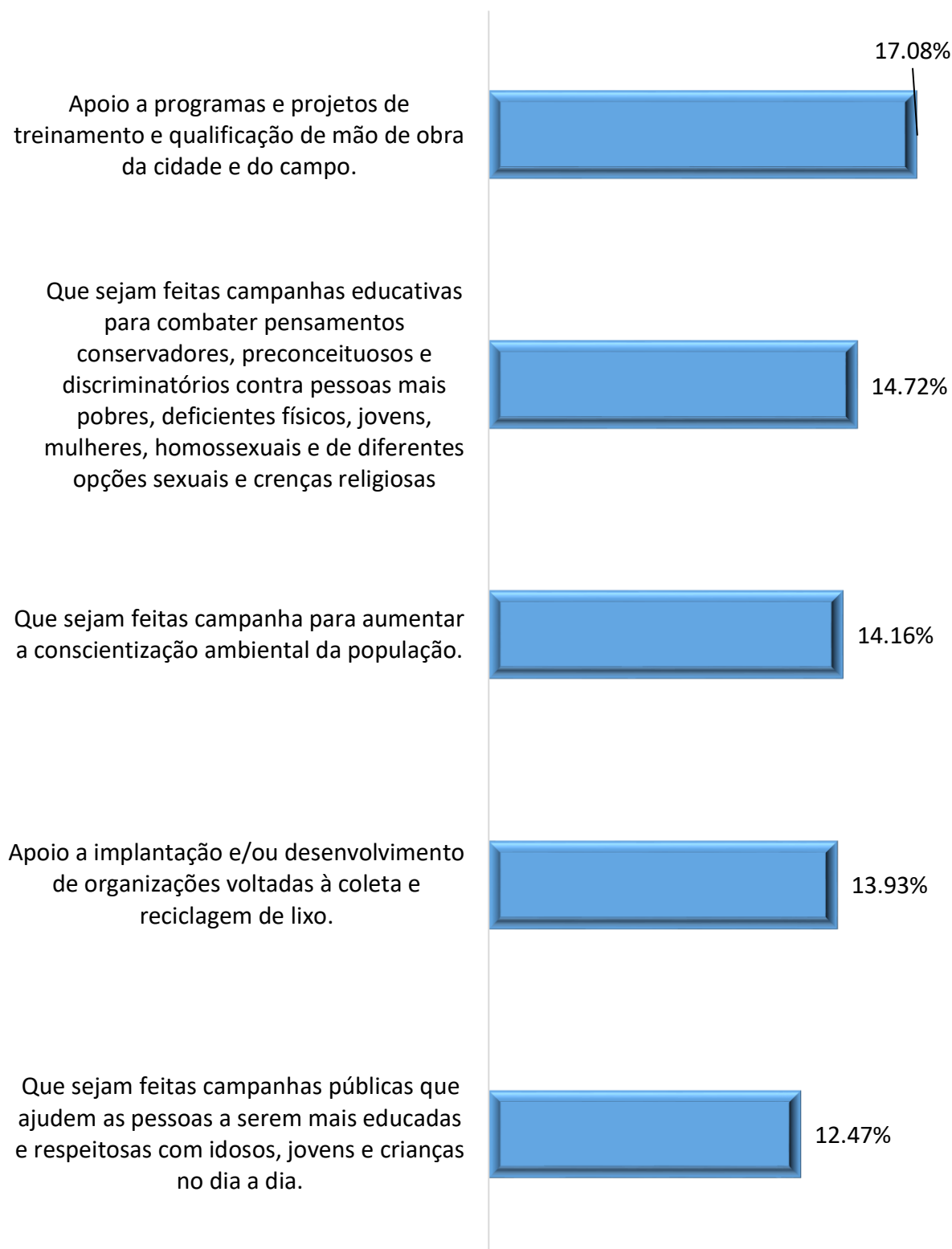


Gráfico 33 B - O que deve ser feito para melhorar a qualidade de vida em Tambaú?



O item “outros” representa confiar mais em Deus, ter mais investimento em segurança e dar continuidade ao projeto 2050 com 0,45%.

Gráfico 34 - Se sua família tem intenção de continuar morando em Tambaú, qual o motivo?

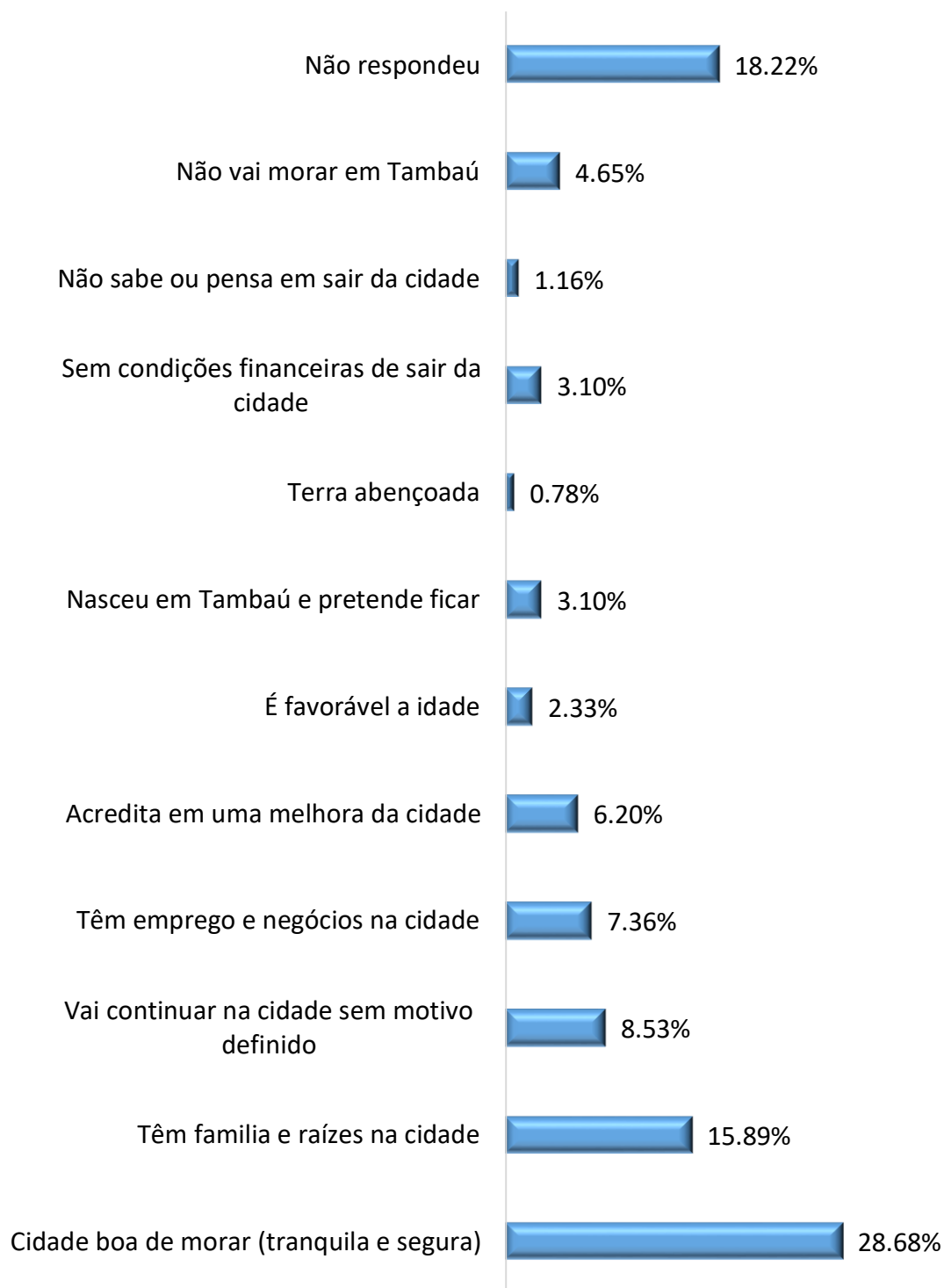
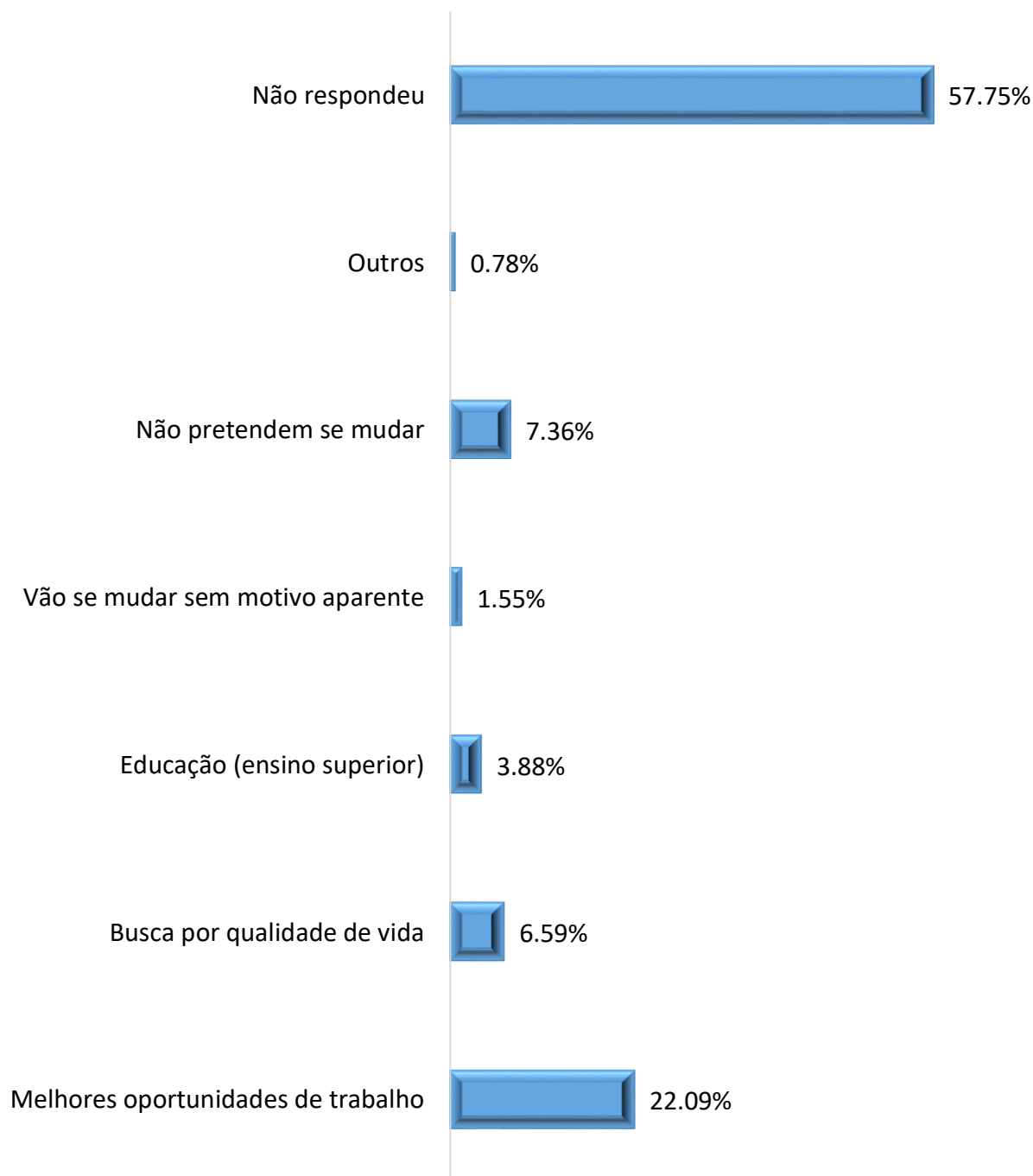


Gráfico 35 - Se sua família quer mudar de cidade, qual o motivo?



O item “outros” representa morar em uma cidade com atendimento a pessoas com necessidades especiais e se mudar por conta da população com 0,78%.

Gráfico 36 A - Tem sugestões para que Tambaú se torne cada vez melhor para morar no futuro?

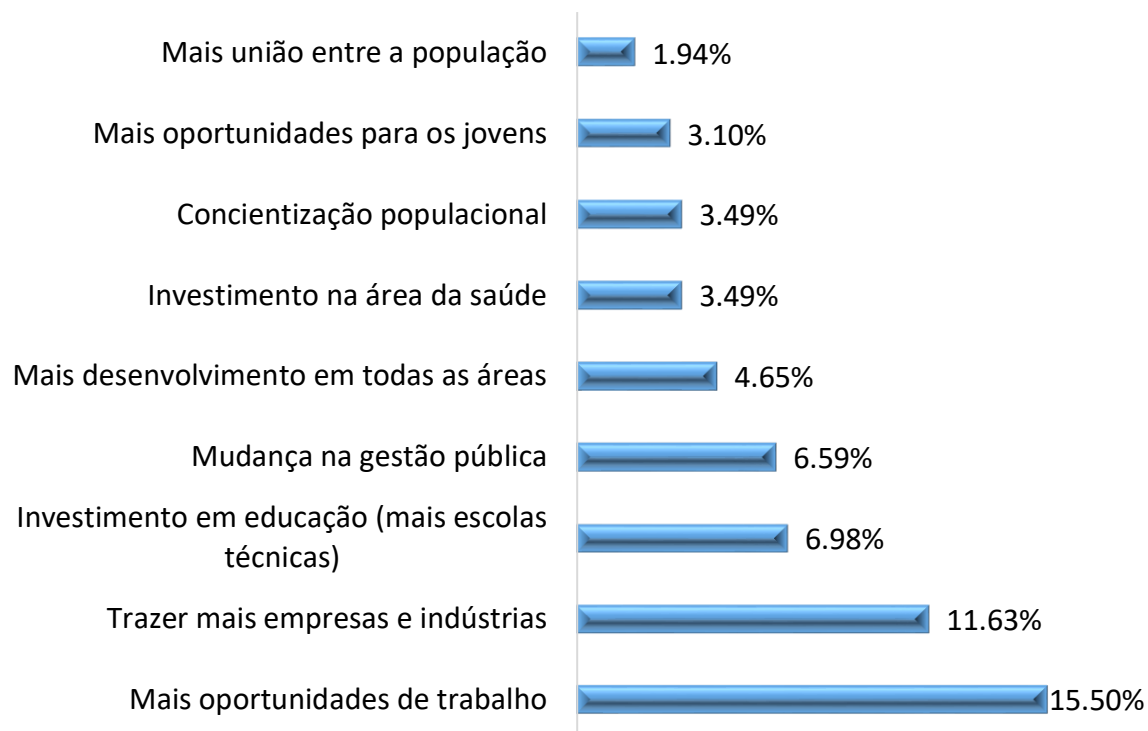
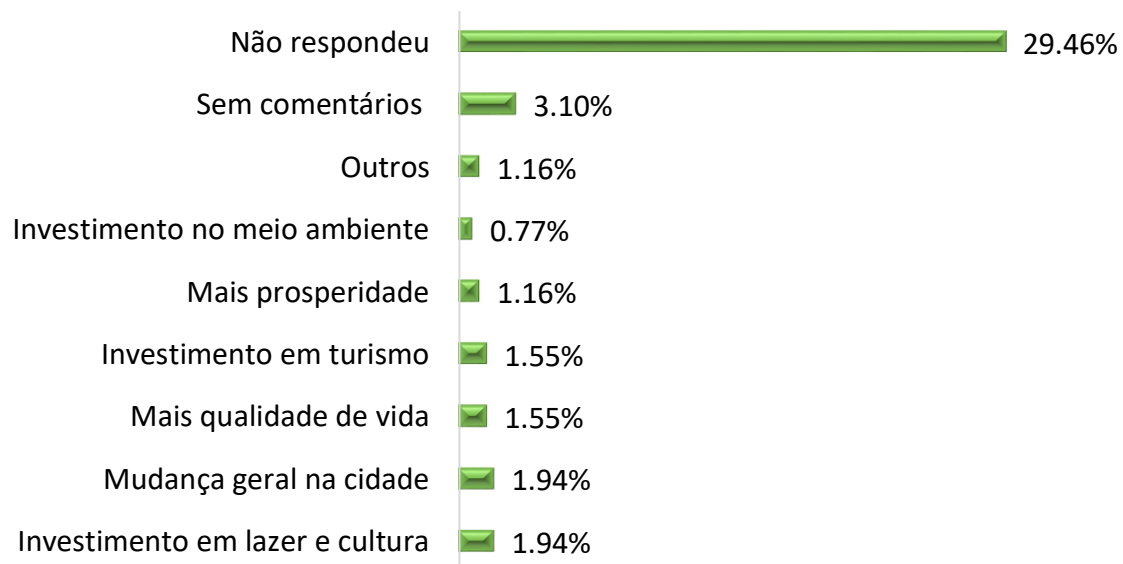
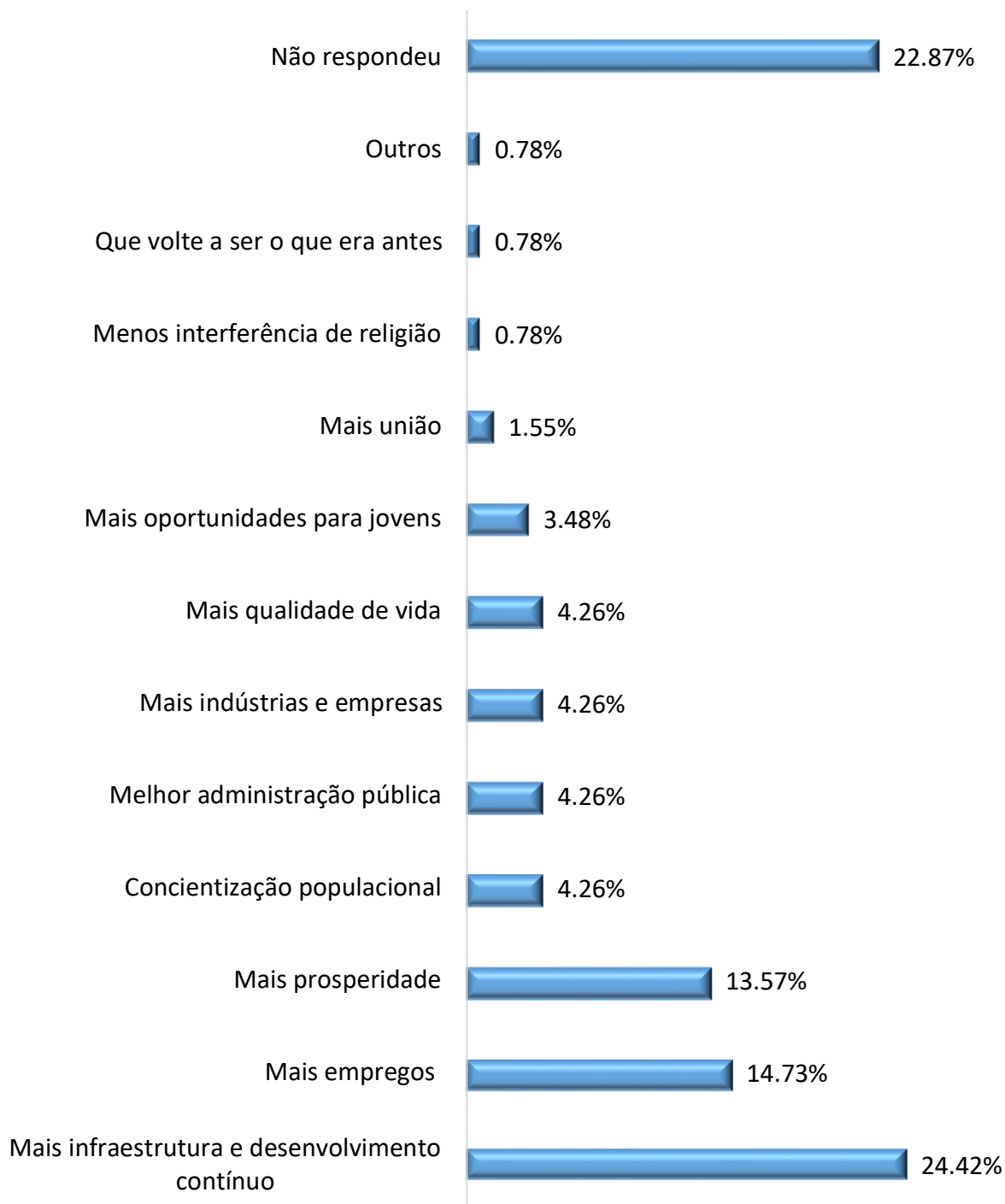


Gráfico 36 B - Tem sugestões para que Tambaú se torne cada vez melhor para morar no futuro?



O item “outros” representa ter menos interferência de religião e investimento em segurança com 1,16%.

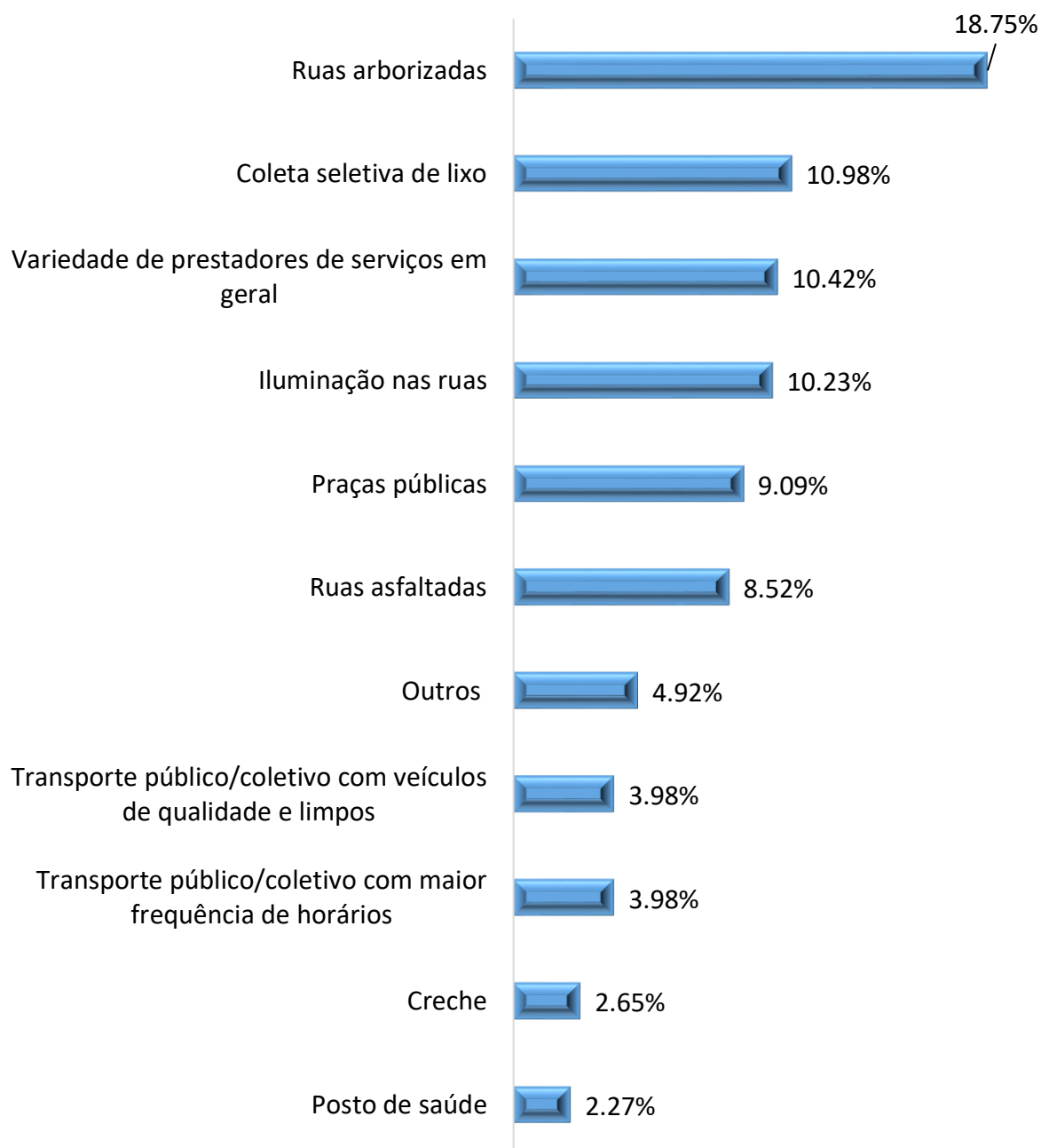
Gráfico 37 - Descreva em poucas palavras a Tambaú que você deseja num futuro próximo:



O item “outros” representa uma cidade sem “vírus” e uma cidade com paz com 0,78%.

3b. Visão do Bairro

Gráfico 38 A - Com relação ao bairro em que mora, do que a sua família mais sente falta?



O item “outros” representa bairro muito barulhento, ter um código de posturas e mais policiamento com 4,92%

Gráfico 38 B - Com relação ao bairro em que mora, do que a sua família mais sente falta?

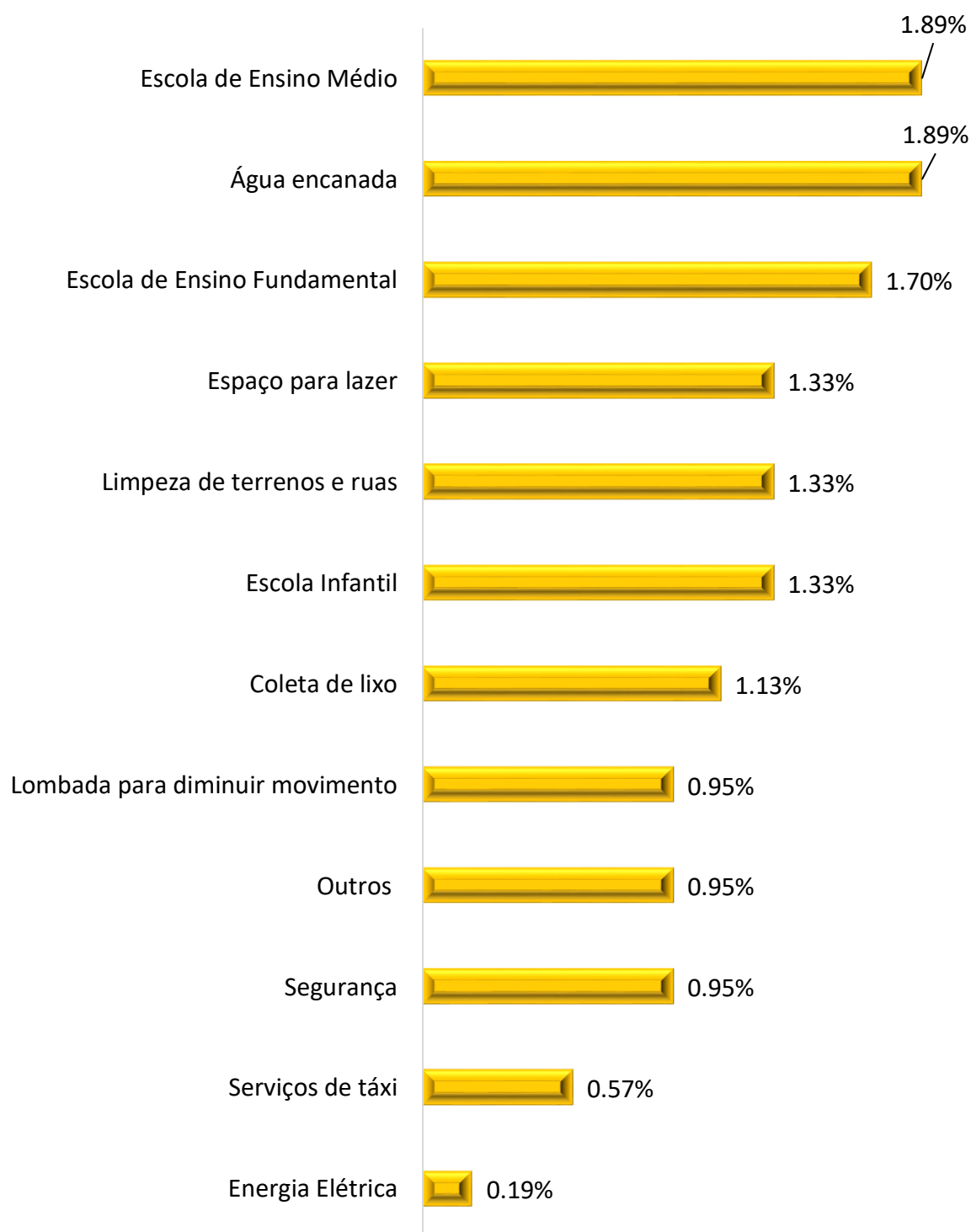
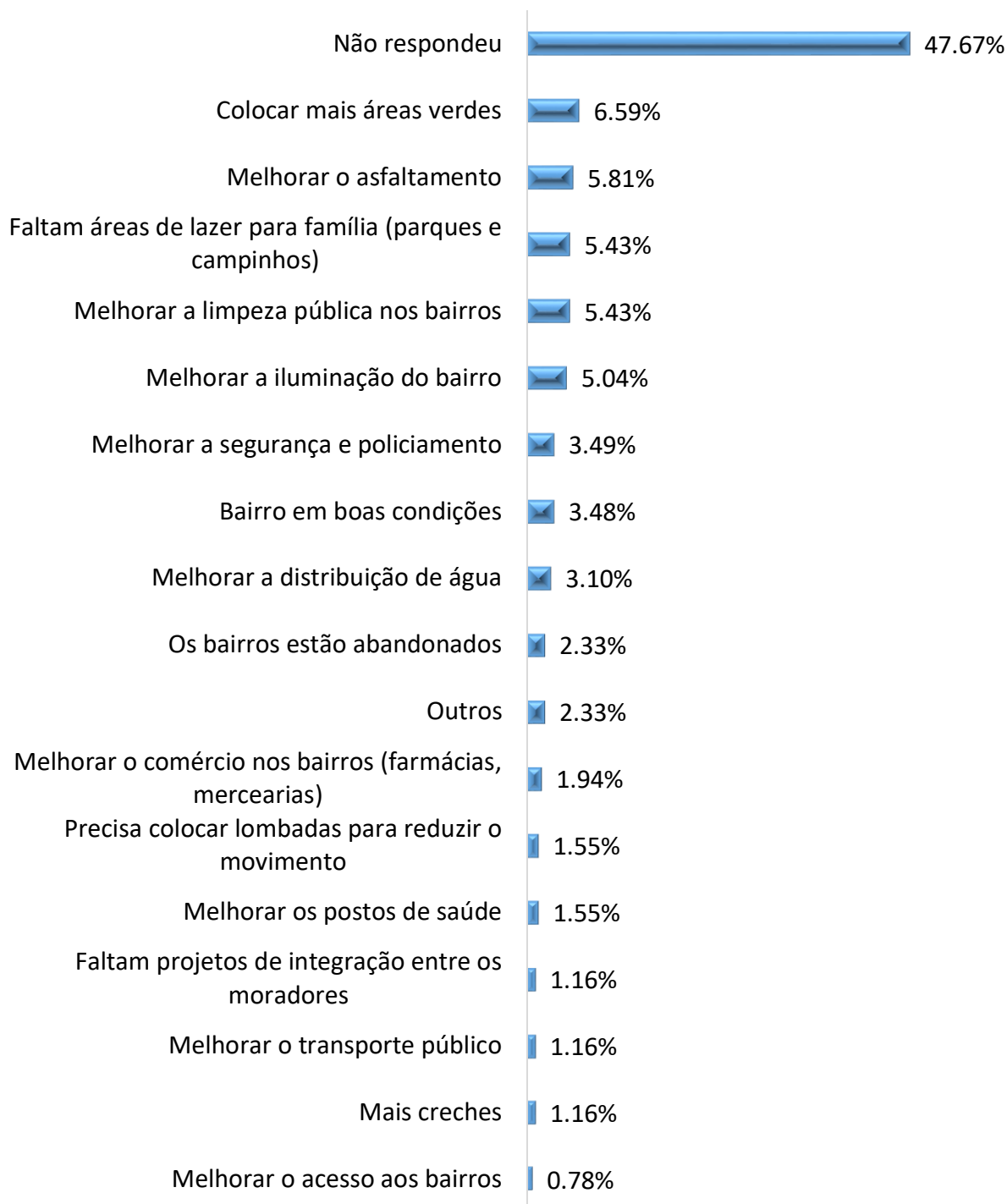
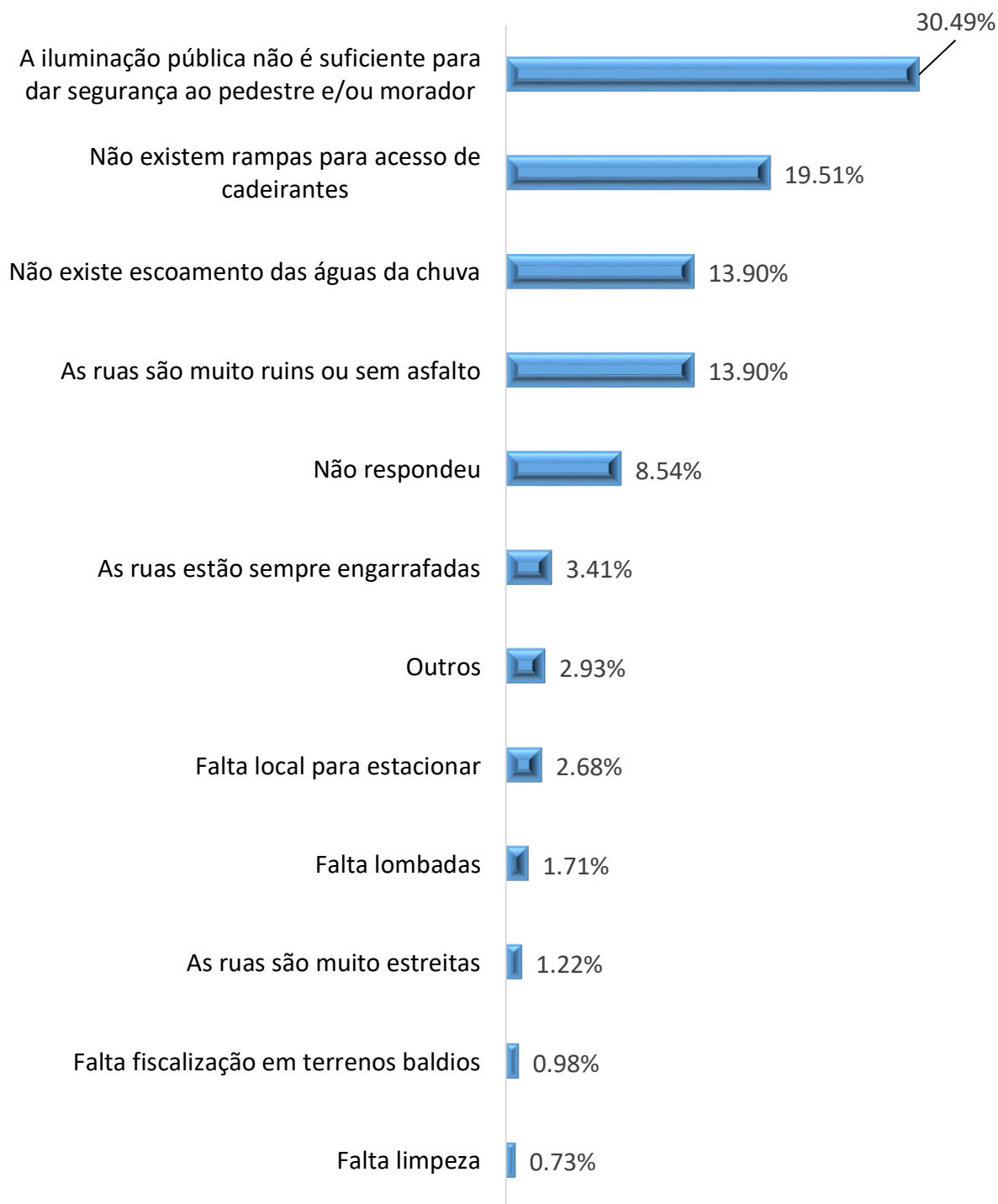


Gráfico 39 – Comente ou dê sugestões com relação ao bairro em que mora, do que a sua família mais sente falta.



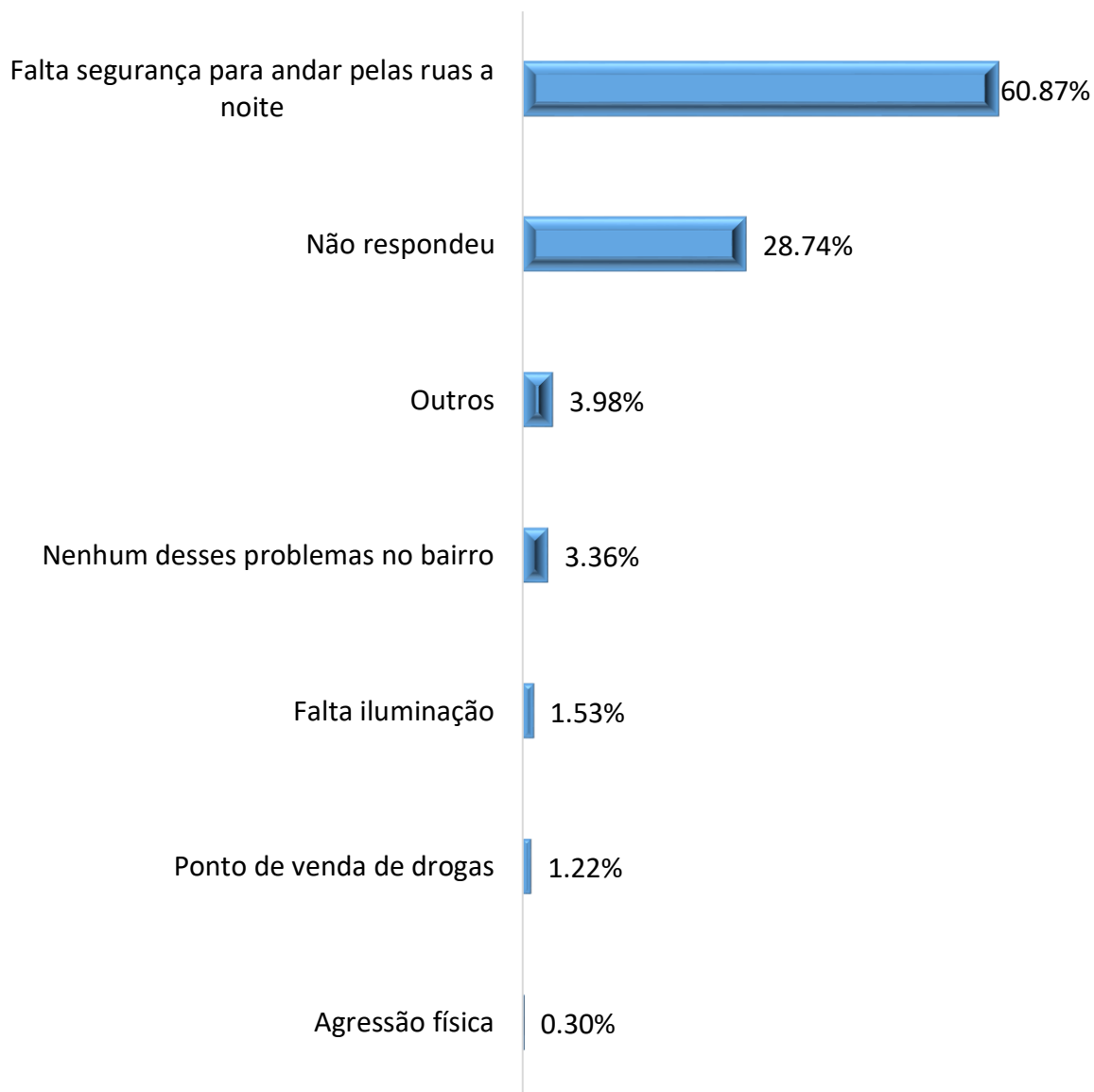
O item “outros” representa falta de lugares para estacionar, falta de acessibilidade a cadeirantes nas calçadas, melhorar saneamento básico e a internet do bairro com 2,33%.

Gráfico 40 – Com relação ao seu bairro, aponte o que você considera não satisfatório e precisa melhorar:



O item “outros” representa falta de sinalização nas ruas, falta de escolas técnicas e projetos de inclusão para os moradores do bairro com 2,93%.

Gráfico 41 – Ainda sobre o seu bairro, aponte o que você considera não satisfatório e precisa melhorar:



O item “outros” representa muitos cachorros no bairro, muito barulho, mais policiamento e mais limpeza pública com 3,98%.

4.Habitação

Gráfico 42 - O imóvel em que mora é próprio, alugado ou cedido?

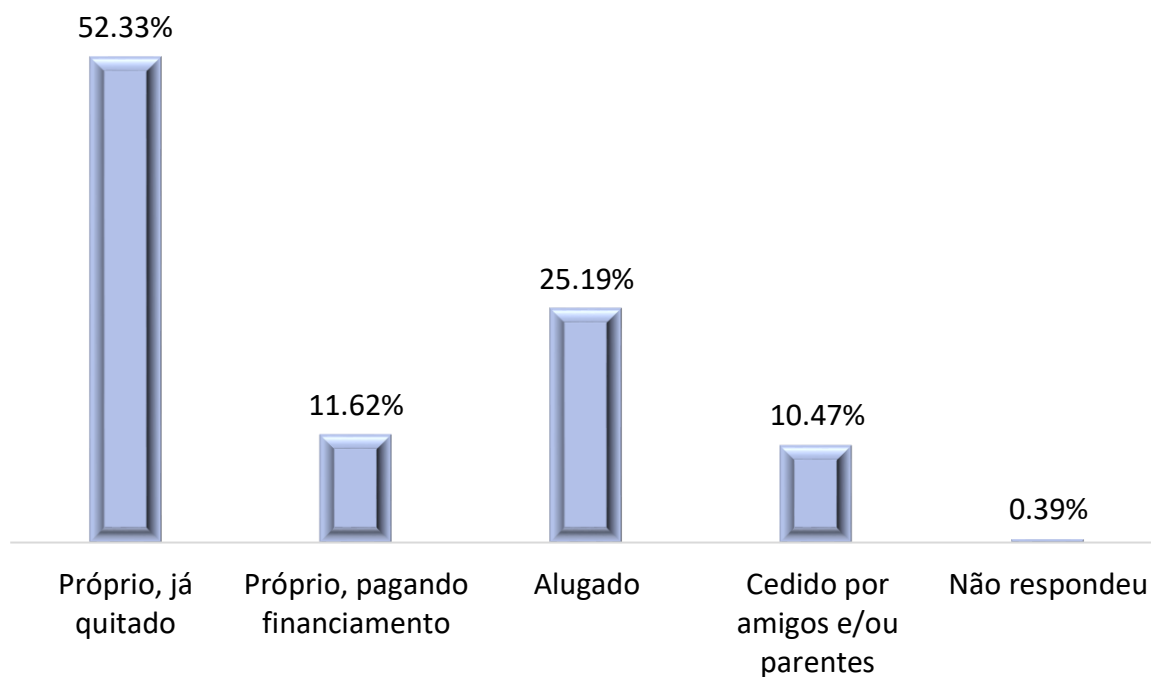


Gráfico 43 - Quanto ao imóvel em que mora, qual é a sua avaliação quanto à qualidade e a sua satisfação de morar nele?

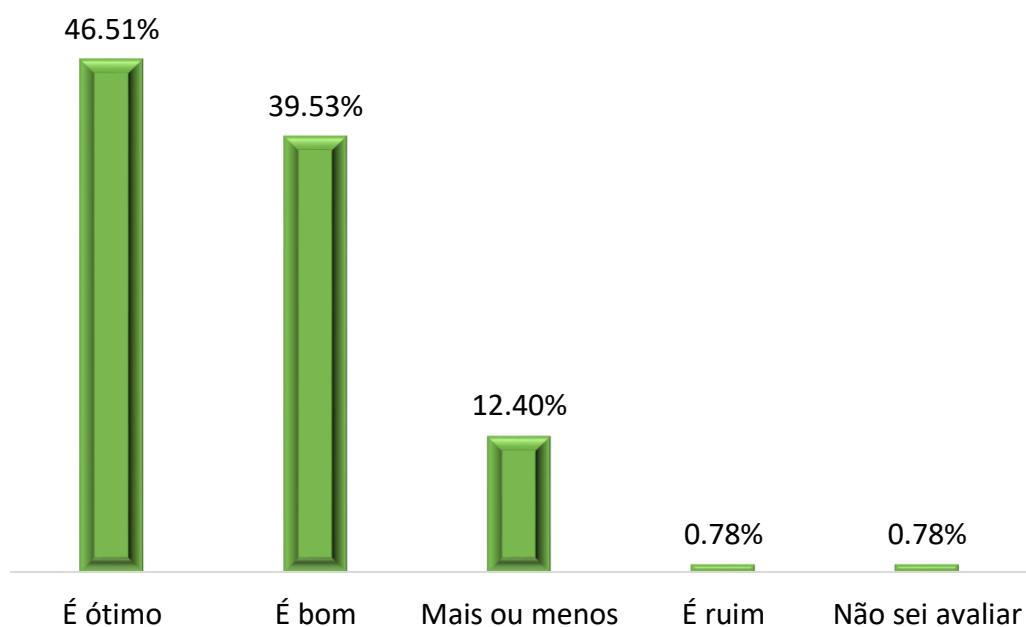
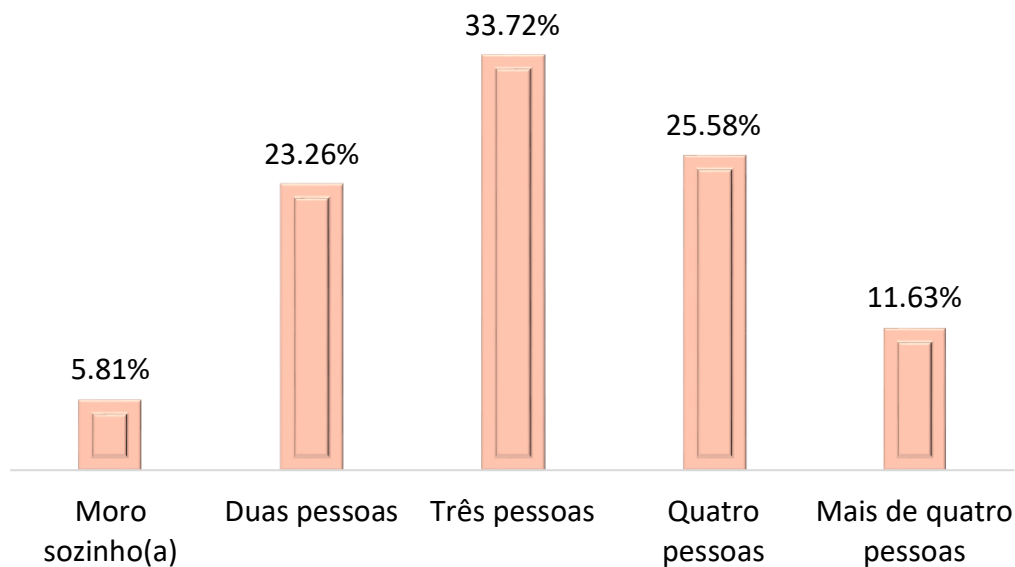


Gráfico 44 - Quantas pessoas moram em sua casa?



5.Segurança

Gráfico 45 - Como você considera o serviço de segurança pública?

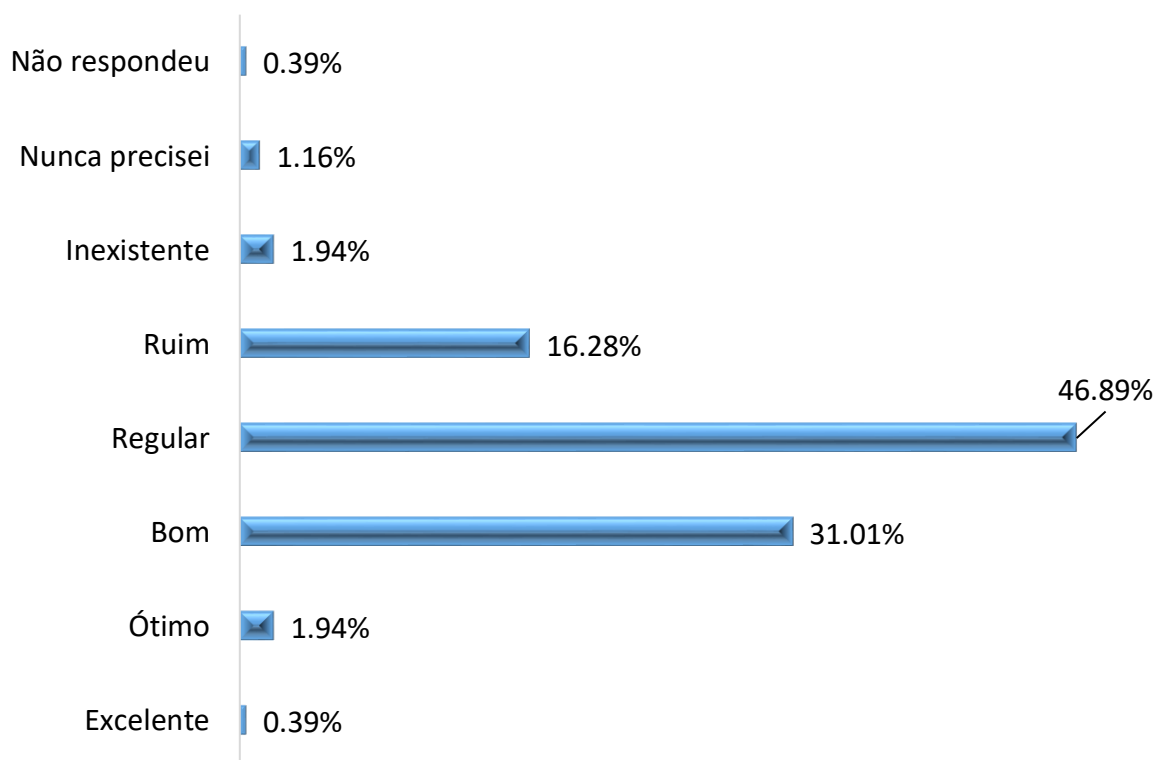


Gráfico 46 - Parques e praças possuem segurança suficiente para serem frequentados?

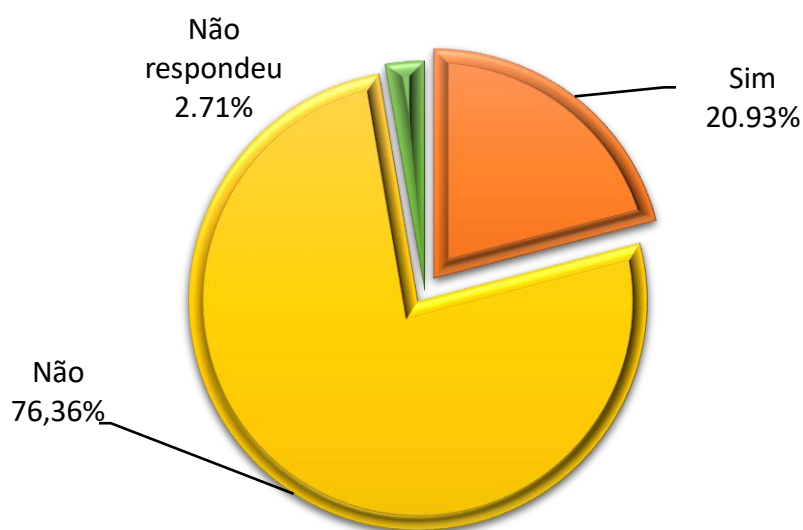
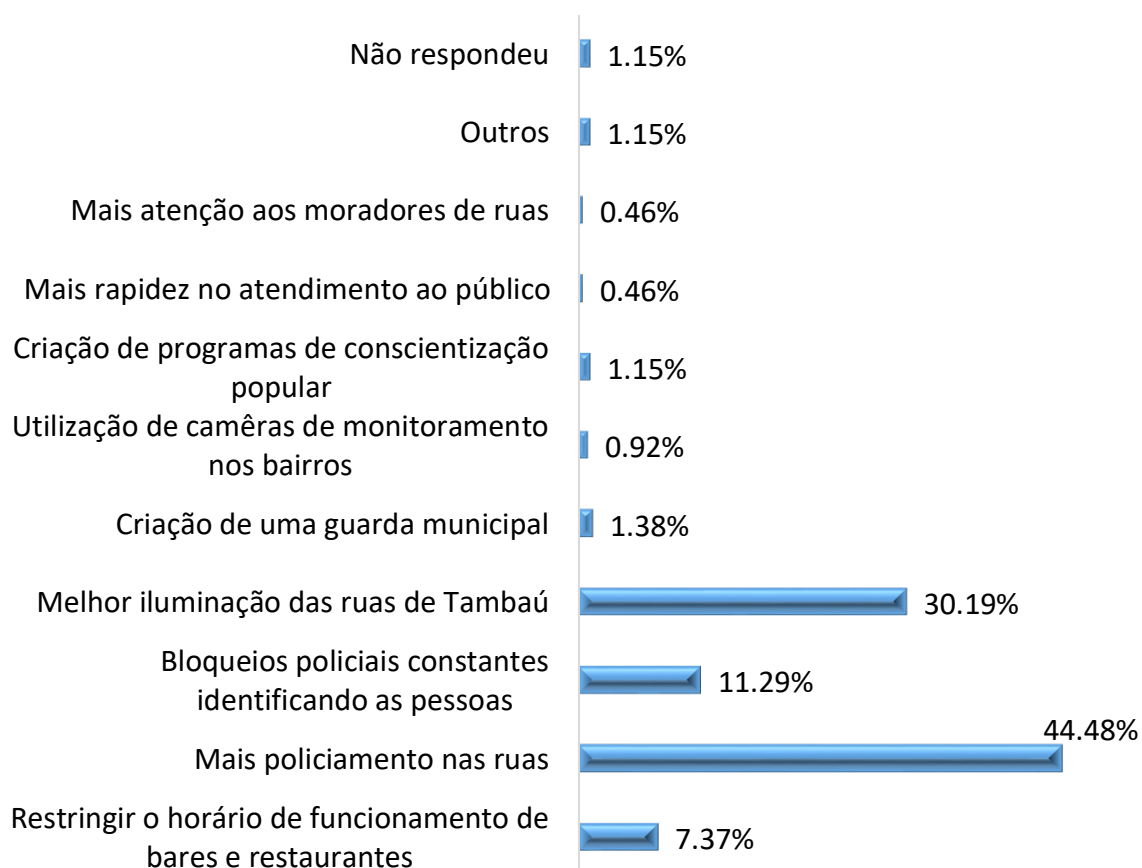


Gráfico 47 - Quais medidas você considera necessárias para aumentar a segurança em Tambaú?



O item "outros" representam utilização de bafômetros, maior patrulhamento e mais limpezas em áreas públicas com 1,15% apontados no gráfico 47 com 1,15%.

Gráfico 48 - Você conhece o programa “vizinhança solidária”? Qual sua opinião?

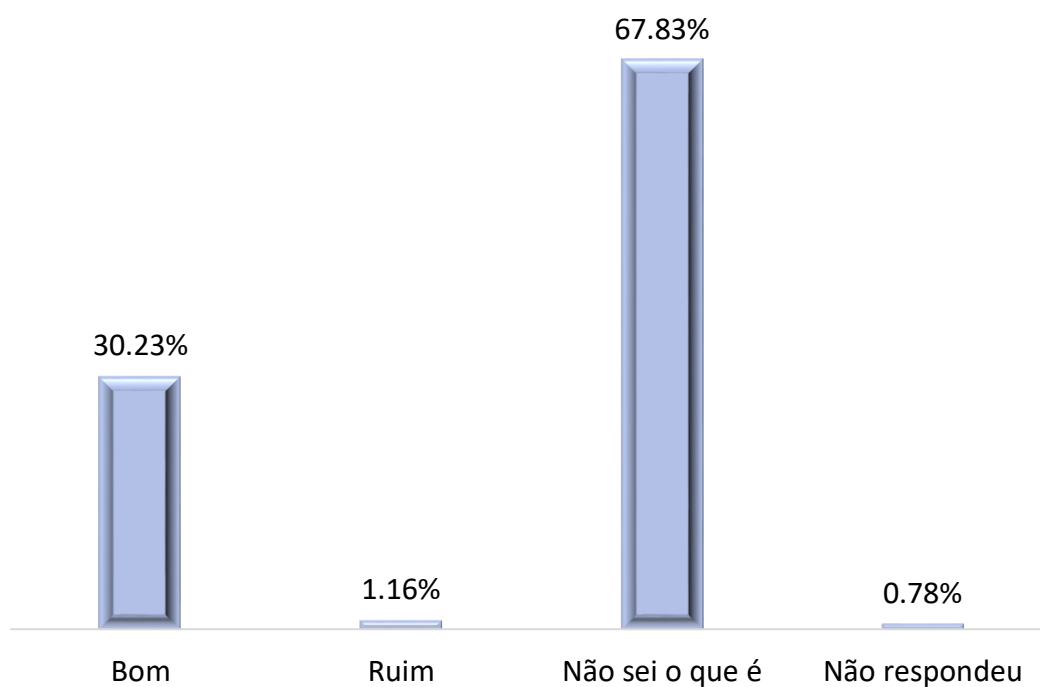


Gráfico 49 - Faça comentários a respeito do programa "Vizinhança Solidária" se você o conhece.



6. Mobilidade - transporte público

Gráfico 50 - As pessoas da sua família utilizam transporte público?

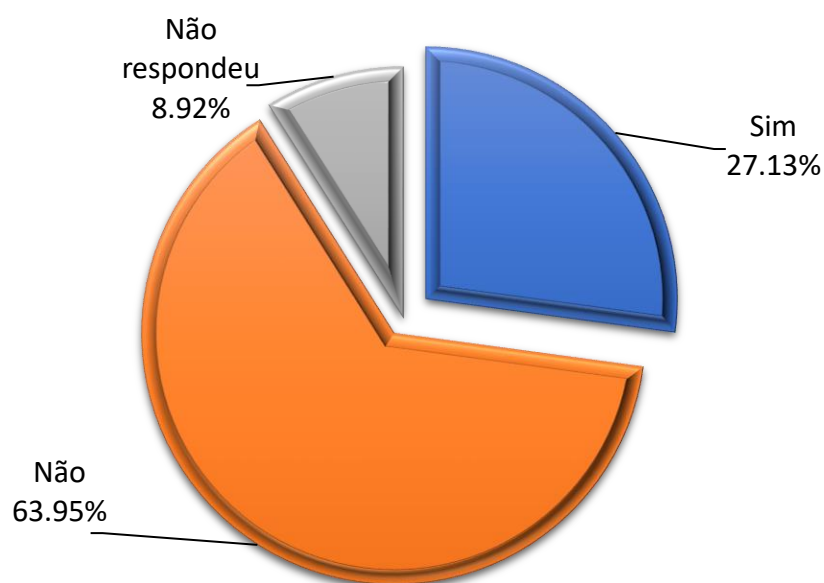


Gráfico 51 - De um modo geral, com que frequência os membros da família usam o transporte público/coletivo?

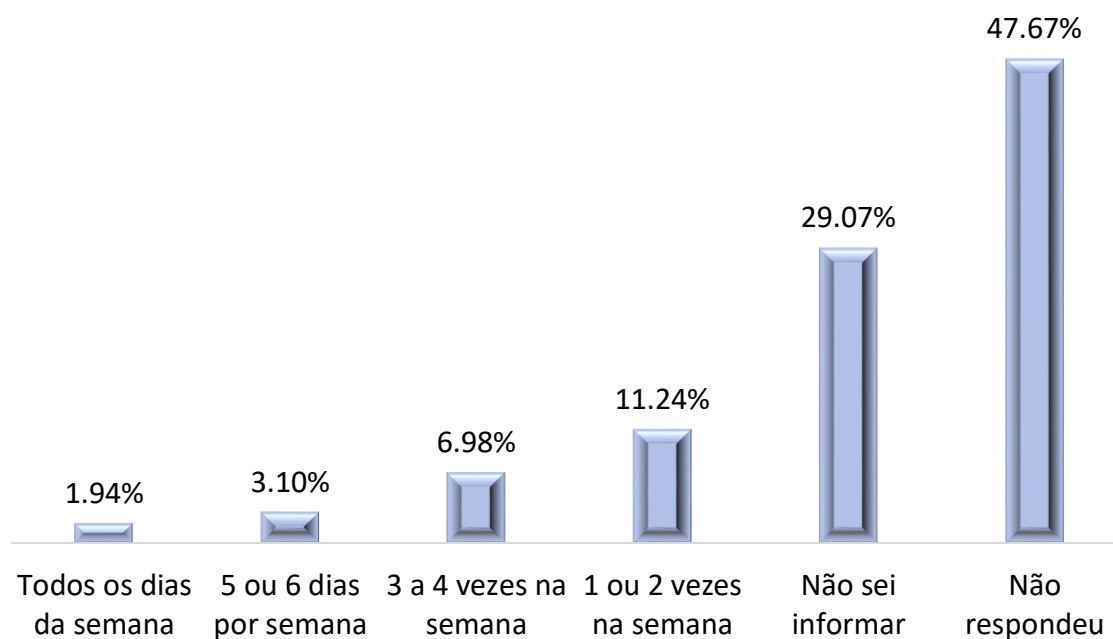
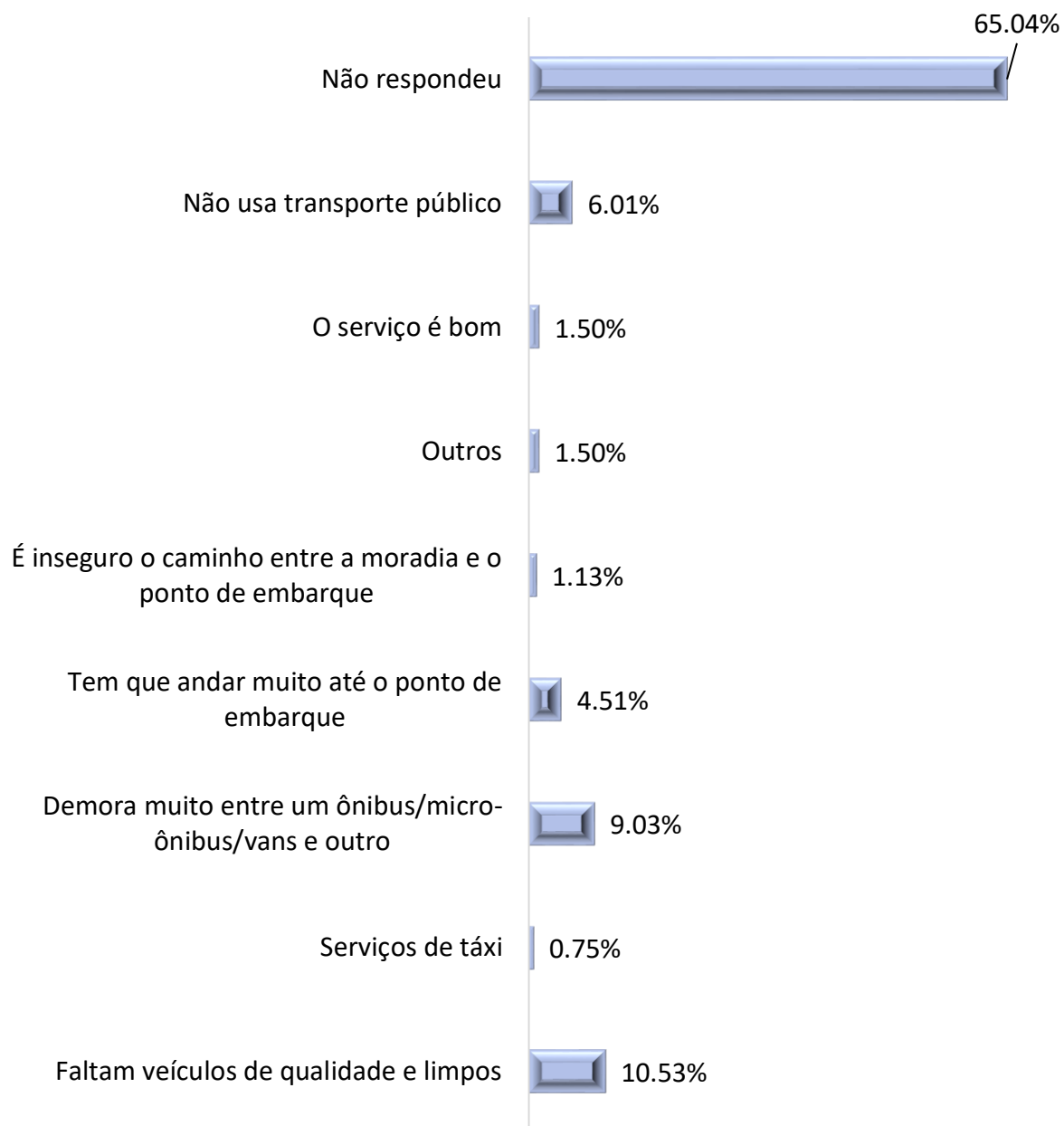


Gráfico 52 - Quanto ao transporte público/coletivo que atende o seu bairro, existe algum tipo de problema?



O item “outros” veículos lotados, ter mais disponibilidades de horários e cartões para cobrança ao invés de pagar na hora com 1,50%.

Gráfico 53 – Qual o seu grau de satisfação com relação à **quantidade de veículos de transporte público coletivo de Tambaú** (ônibus, micro-ônibus, vans)?

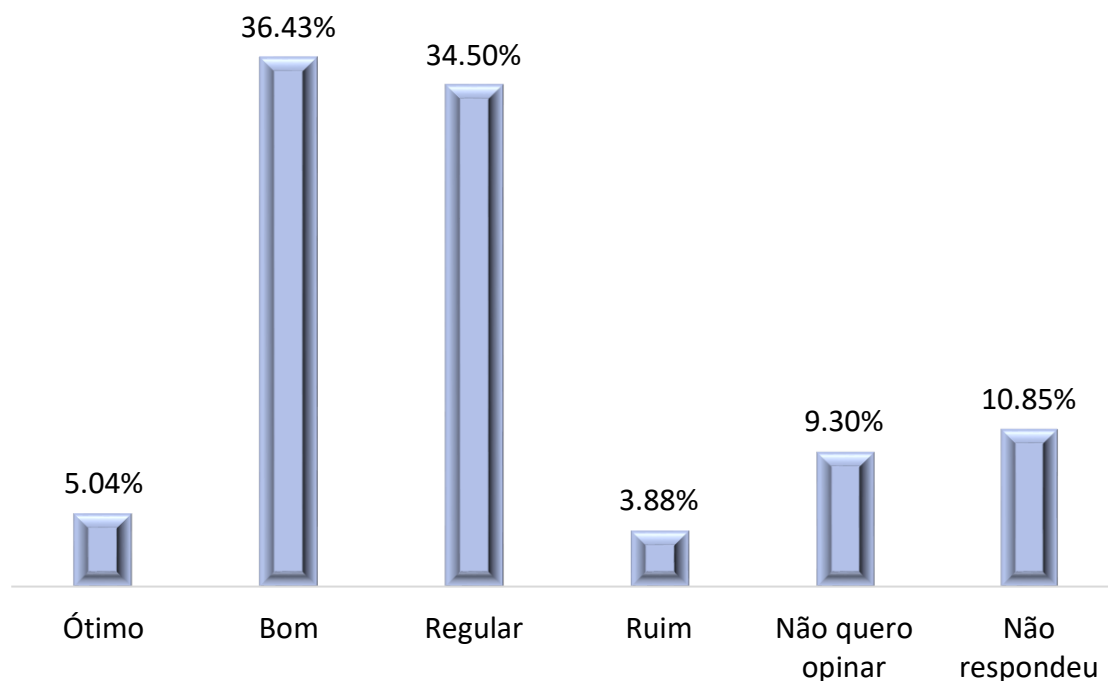


Gráfico 54 – Qual o seu grau de satisfação com relação à **qualidade dos veículos de transporte público** de Tambaú?

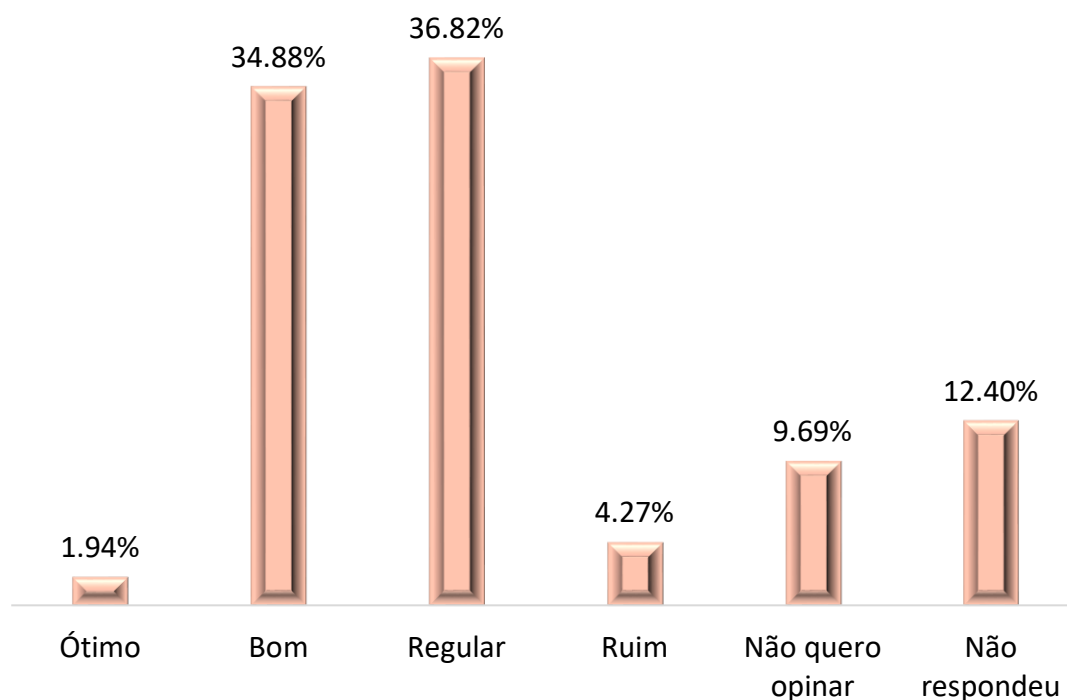


Gráfico 55 – Qual o seu grau de satisfação com relação ao **tempo de espera e frequência de horários de veículos de transporte público** de Tambaú (ônibus, micro-ônibus, vans)?

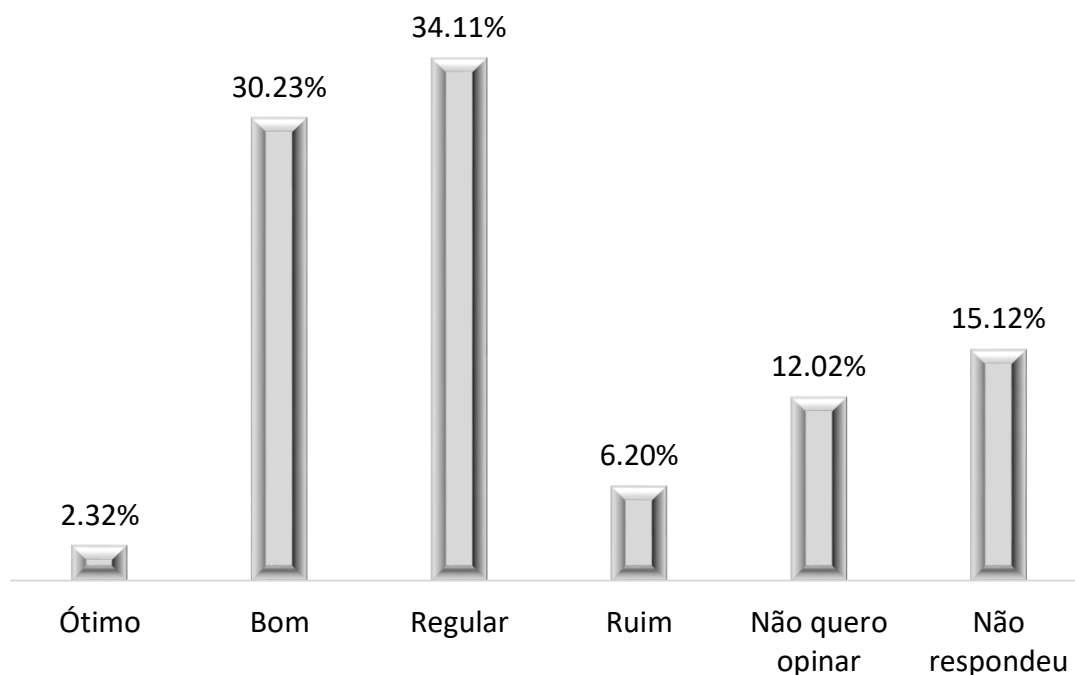


Gráfico 56 – Qual o seu grau de satisfação com relação a **limpeza dos veículos de transporte público/coletivo** de Tambaú?

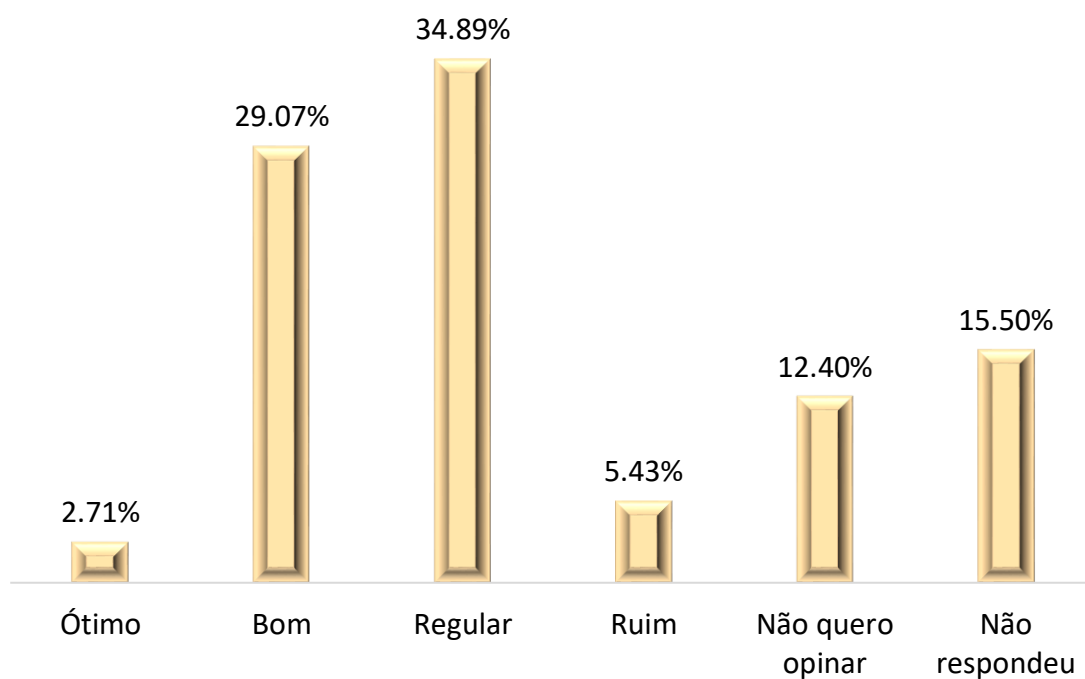


Gráfico 57 – Qual o seu grau de satisfação com relação ao **preço de passagens de veículos de transporte público** de Tambaú (ônibus, micro-ônibus, vans)?

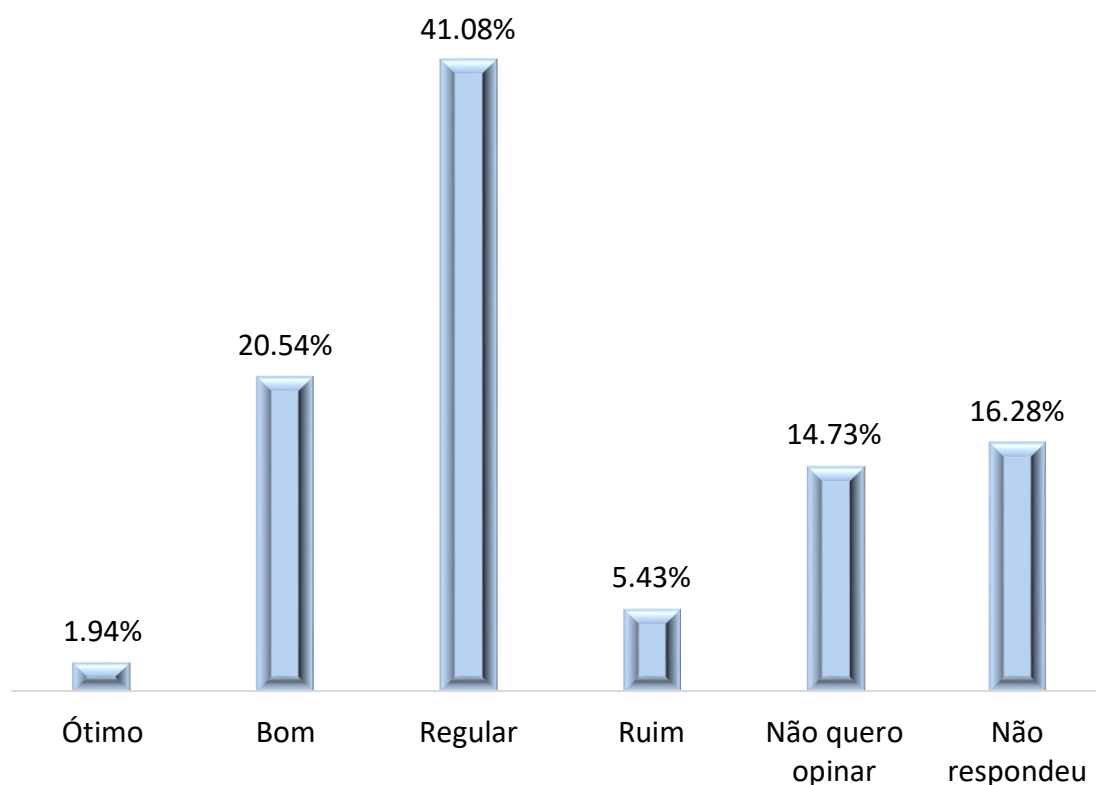


Gráfico 58 – Qual o seu grau de satisfação com relação à **quantidade e qualidade do serviço de táxi e por aplicativo?**

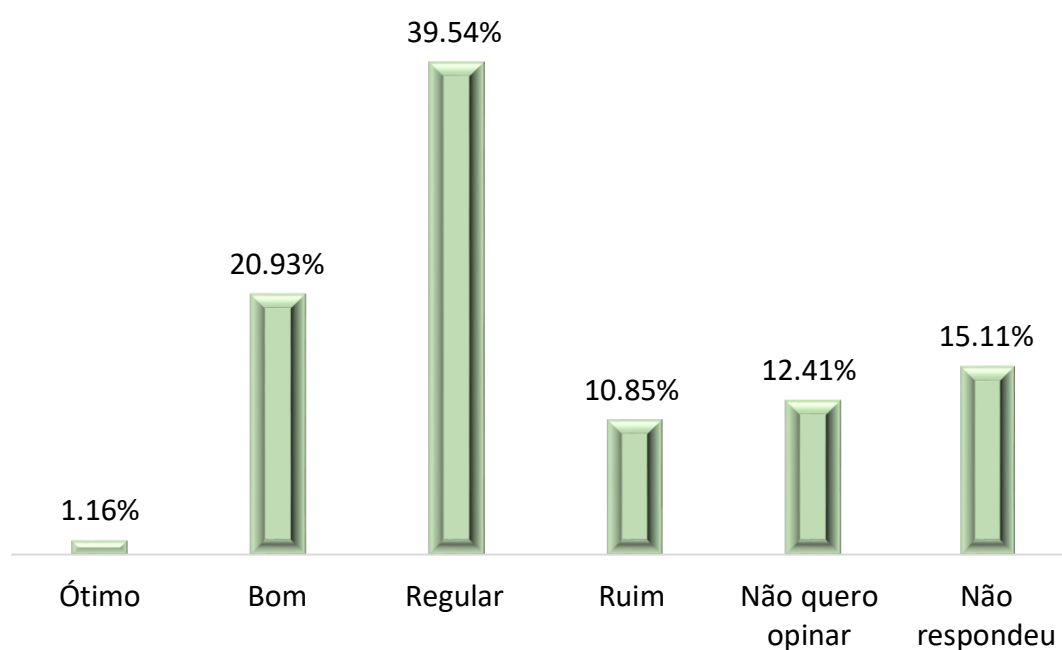


Gráfico 59 – Qual o seu grau de satisfação com relação à **qualidade do asfalto e/ou revestimento de ruas?**

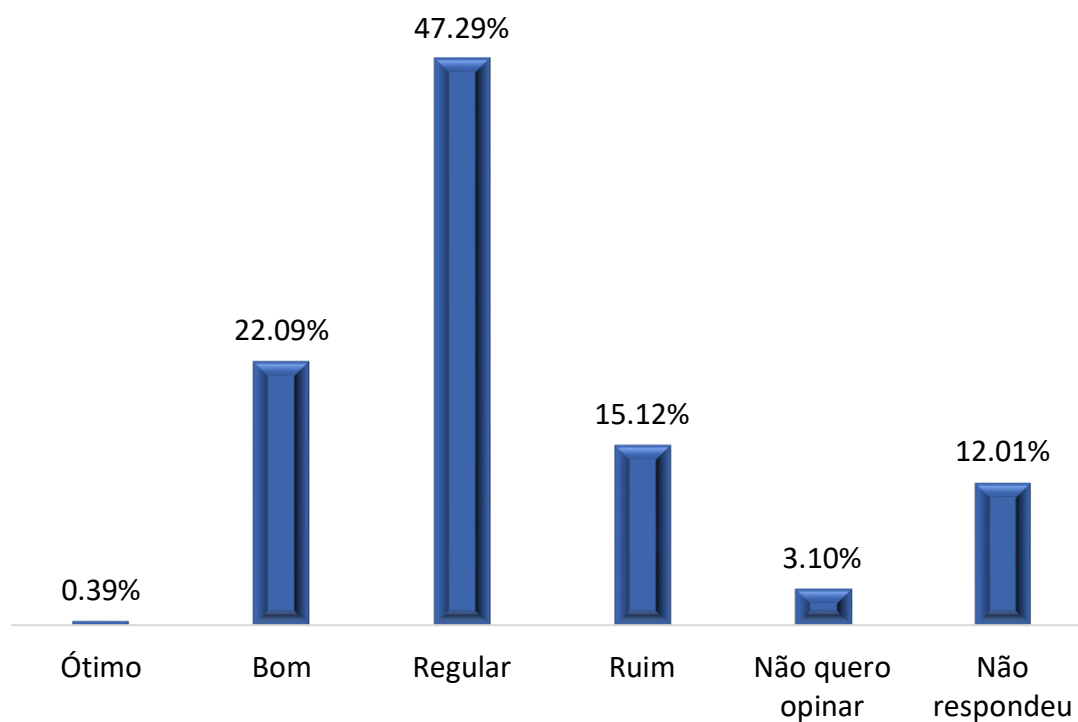


Gráfico 60 – Qual o seu grau de satisfação com relação a **facilidade de acesso para o bairro em que mora?**

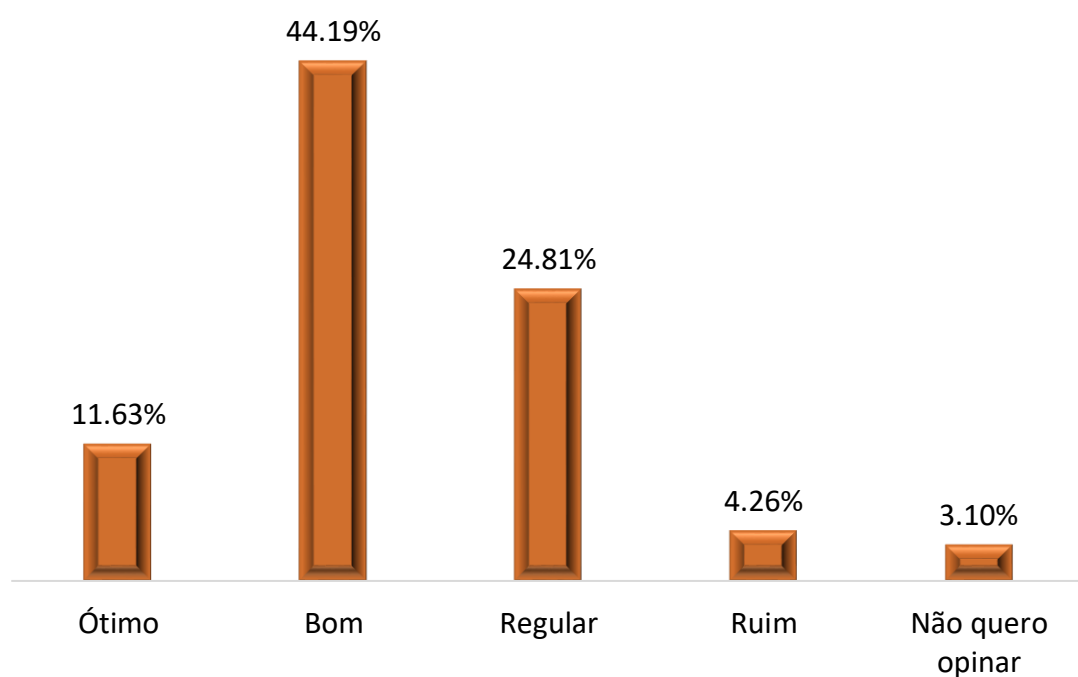


Gráfico 61 – Qual o seu grau de satisfação com relação à **facilidade de estacionamento de veículos nas vias e locais públicos?**

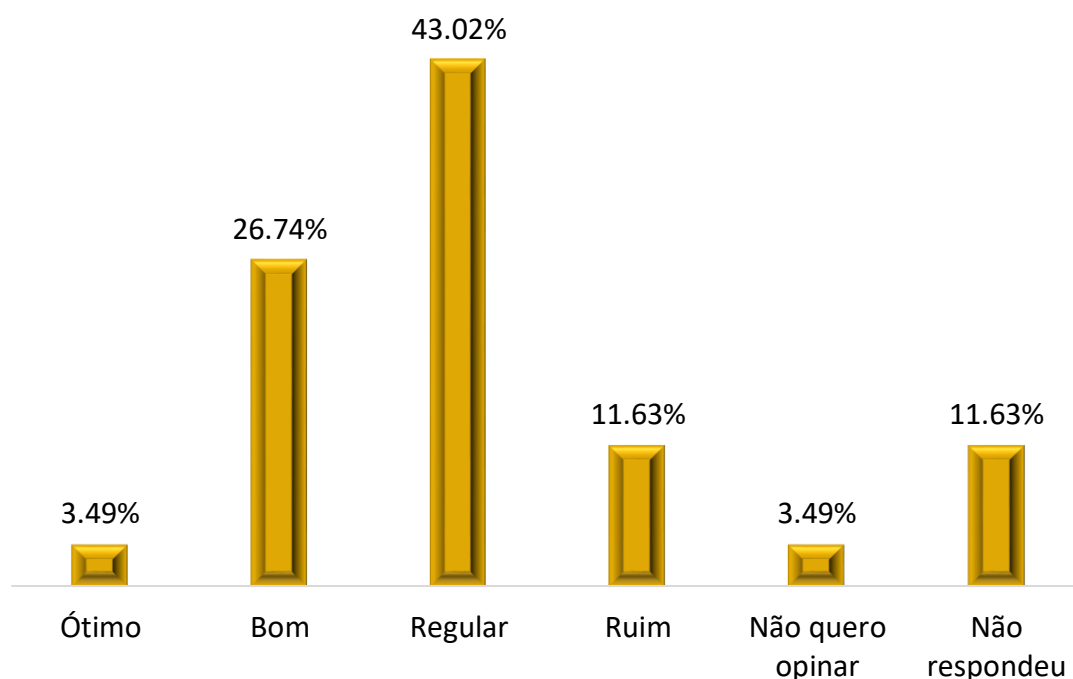


Gráfico 62 – Qual o seu grau de satisfação com relação à **qualidade e manutenção da sinalização nas vias públicas?**

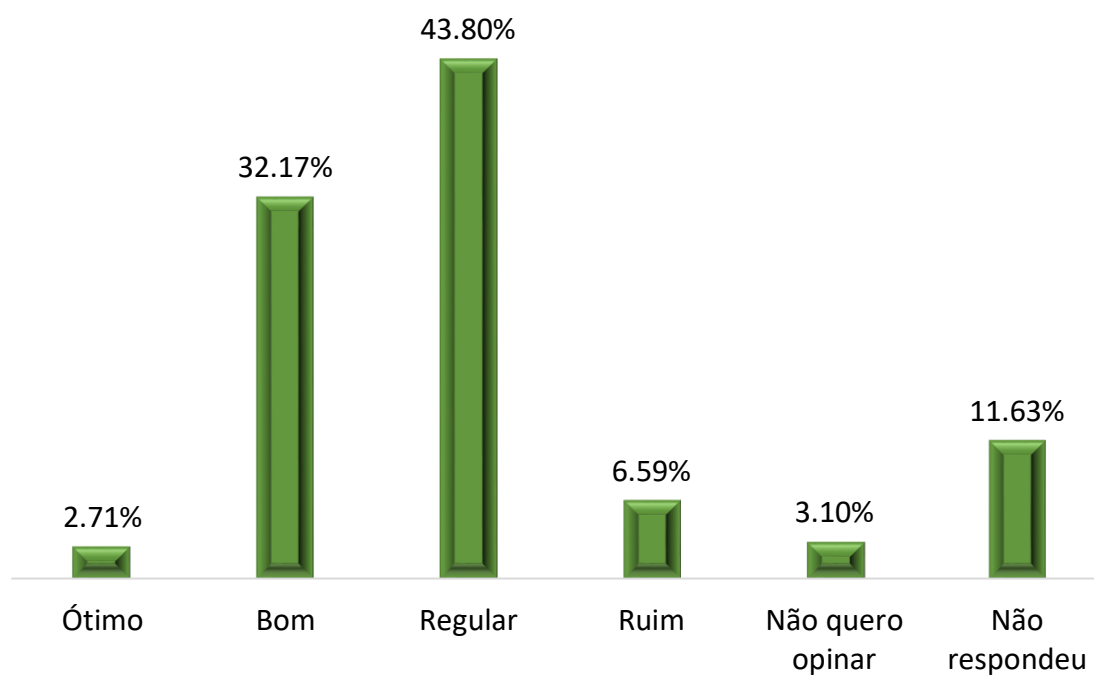


Gráfico 63 – Qual o seu grau de satisfação com relação à **qualidade das vias, manutenção e facilidade de acesso para as áreas rurais de Tambaú?**

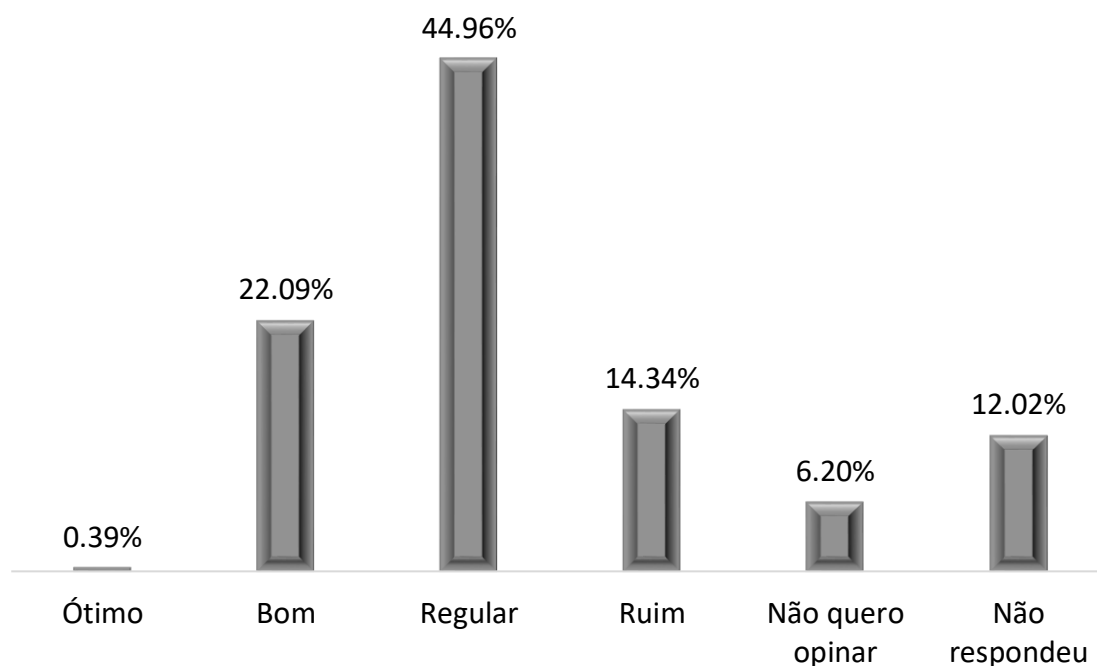
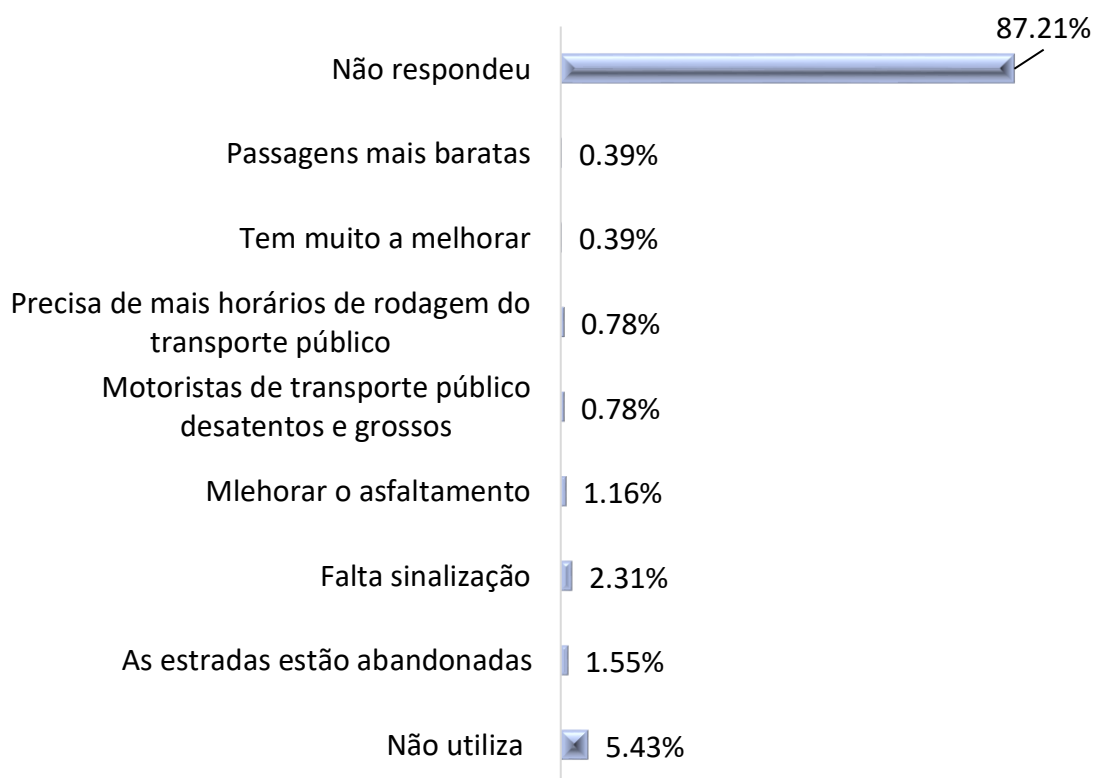


Gráfico 64 – Quais os comentários sobre os transportes públicos de Tambaú ou do seu bairro?



7.Trabalho e renda

Gráfico 65 - Quantas pessoas da sua família trabalham?

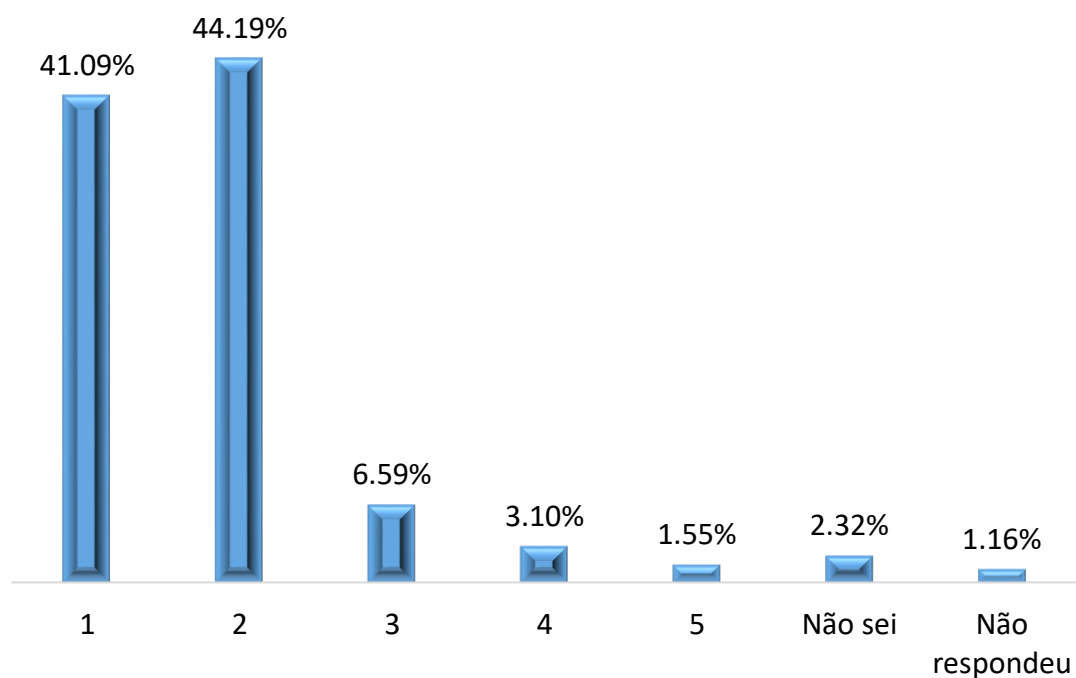


Gráfico 66 - Qual é a ocupação atual do chefe da família?

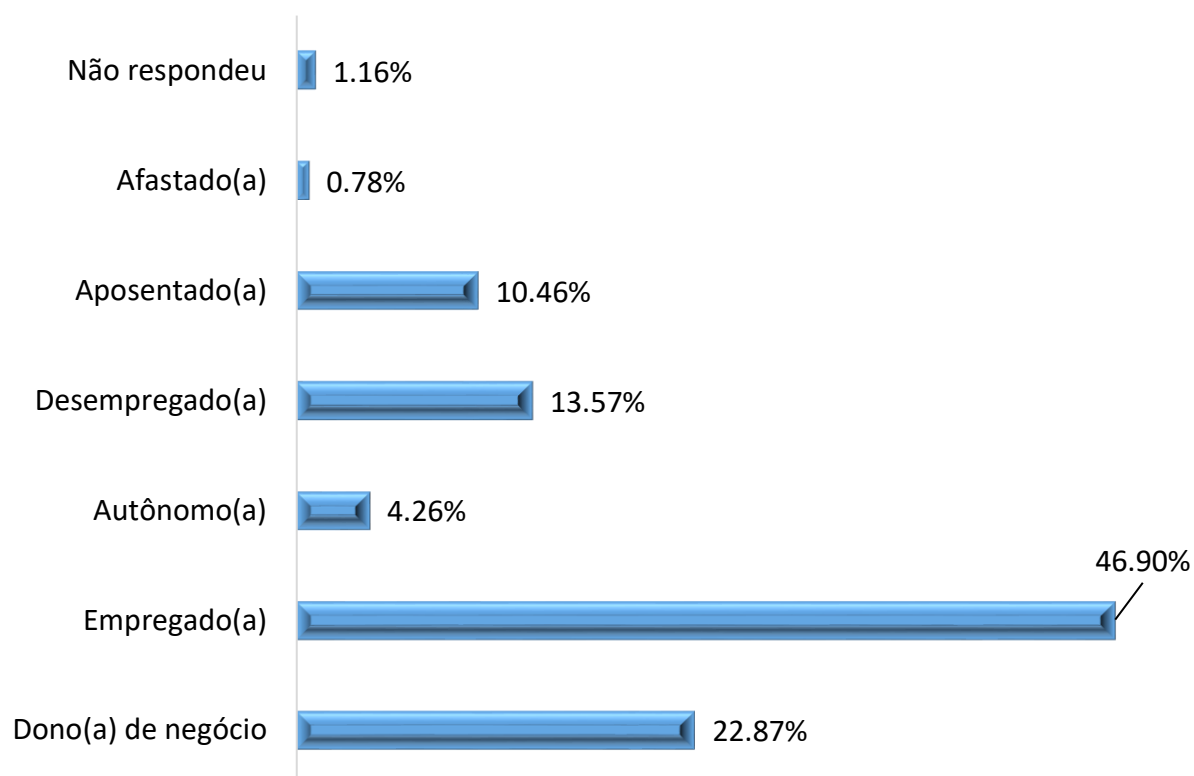
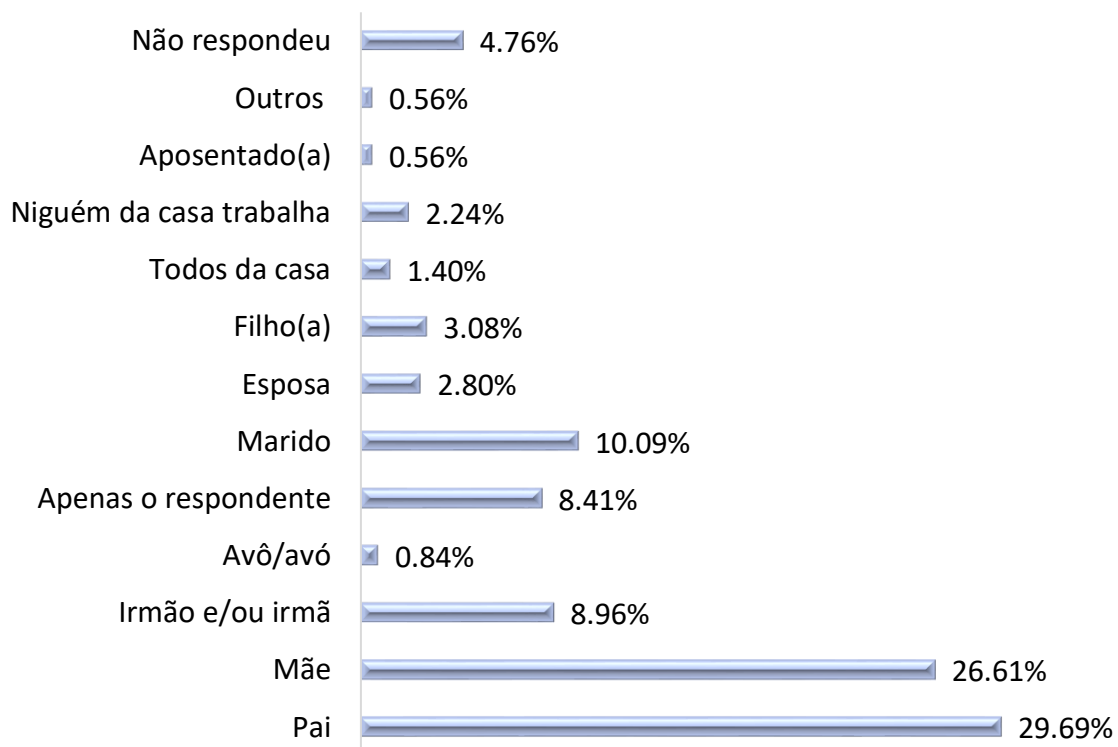


Gráfico 67 - Das pessoas que moram em sua casa, quem trabalha?



O item “outros” representa sobrinhos e primos com 0,56%

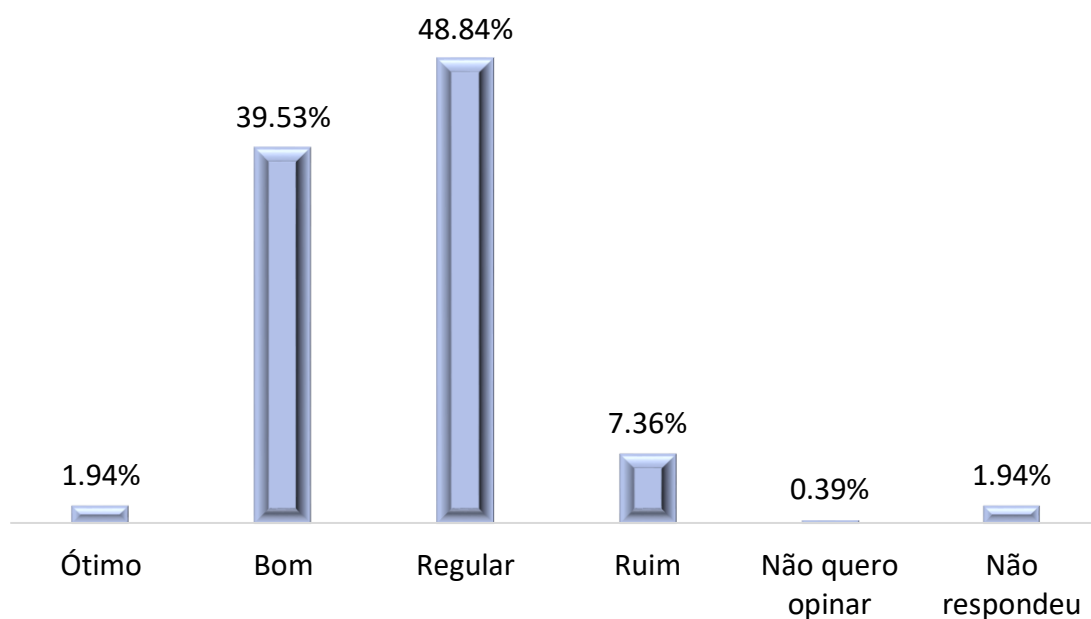
Gráfico 68 - Indique o seu grau de satisfação com a **quantidade, qualidade e variedade de lojas e do setor de comércio.**

Gráfico 69 - Indique o seu grau de satisfação com a **quantidade, qualidade e variedade de empresas do setor de serviços.**

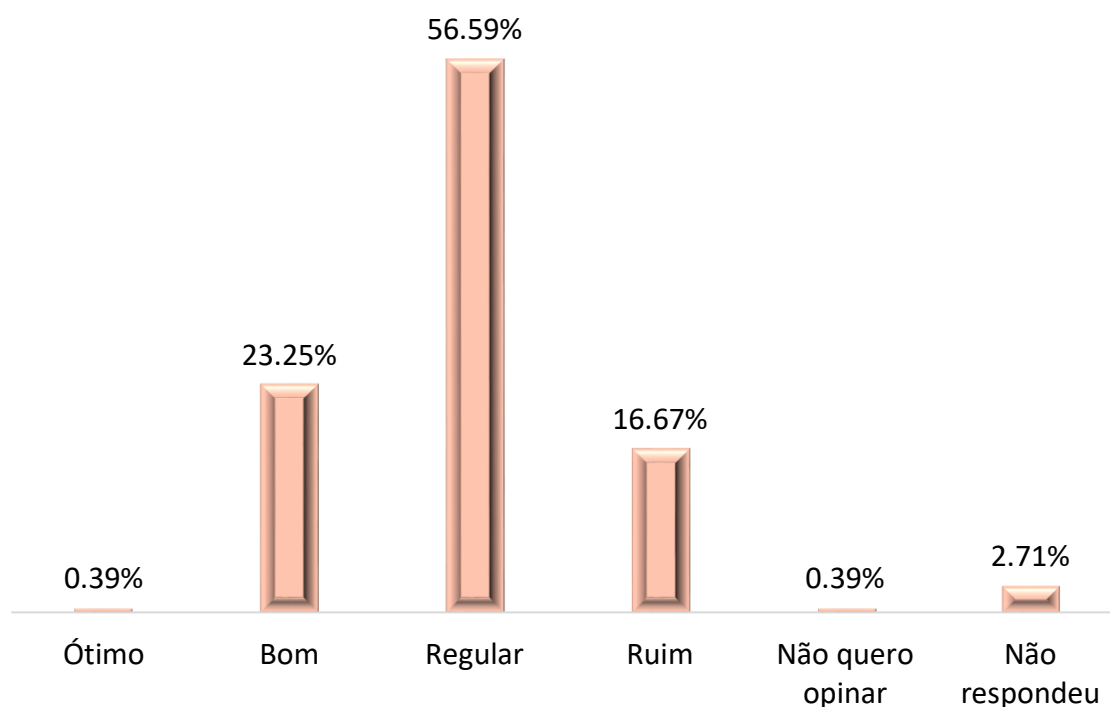


Gráfico 70 - Indique o seu grau de satisfação com a **quantidade e variedade de indústrias.**

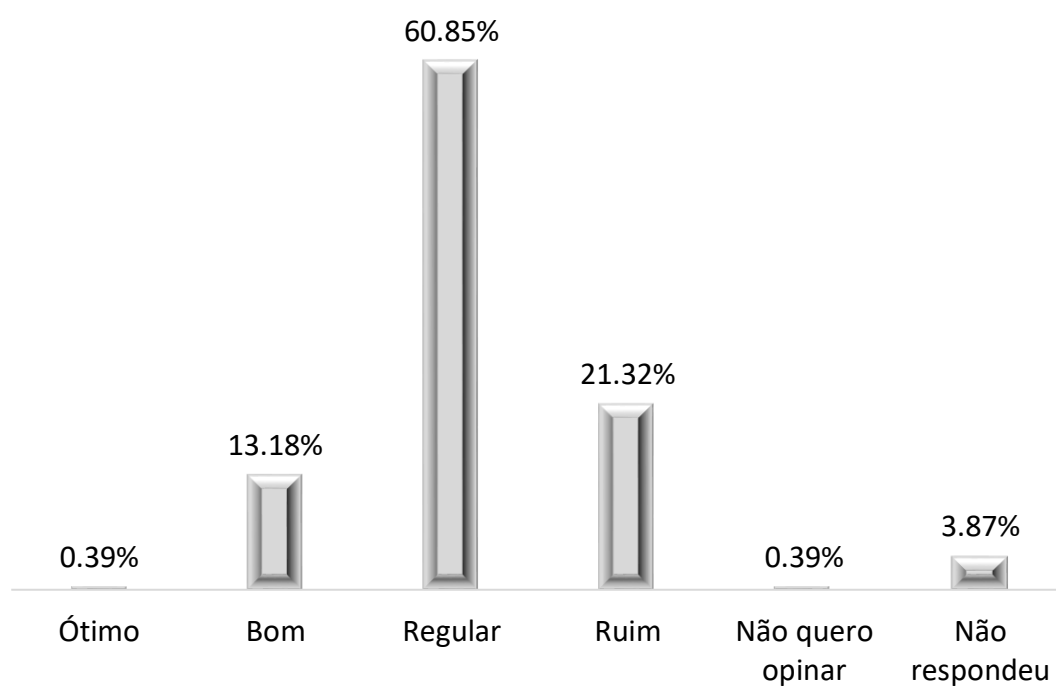


Gráfico 71 - Indique o seu grau de satisfação com a **força e variedade de cultivos do setor agrícola.**

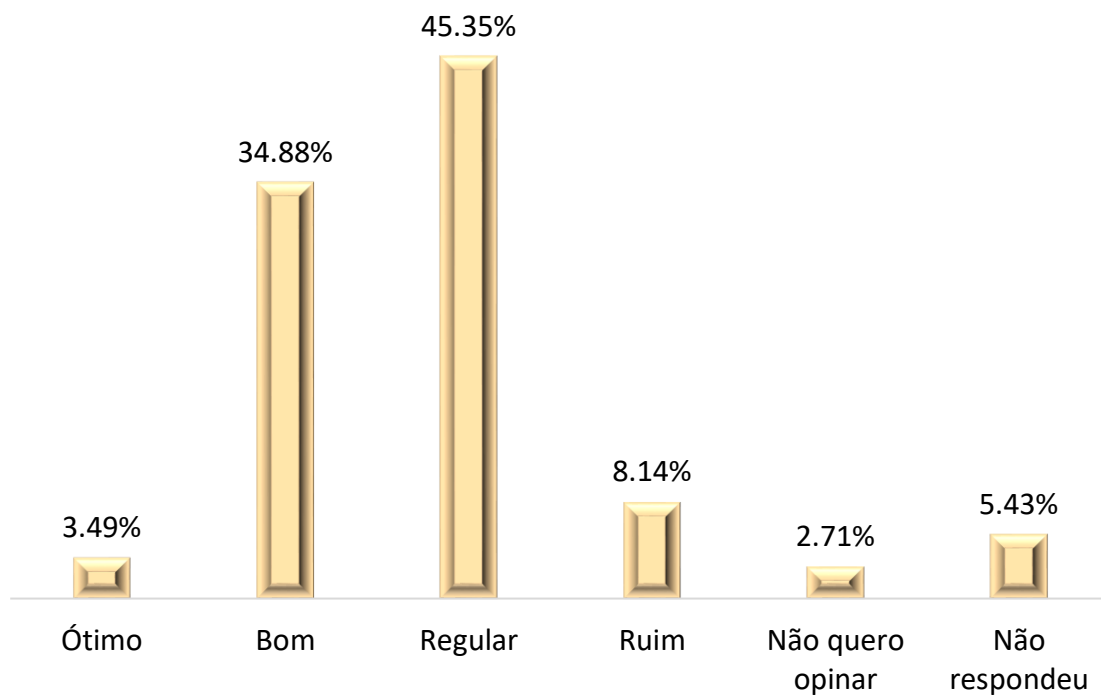


Gráfico 72 - Indique o seu grau de satisfação com a **força e variedade de atividades do setor de pecuária.**

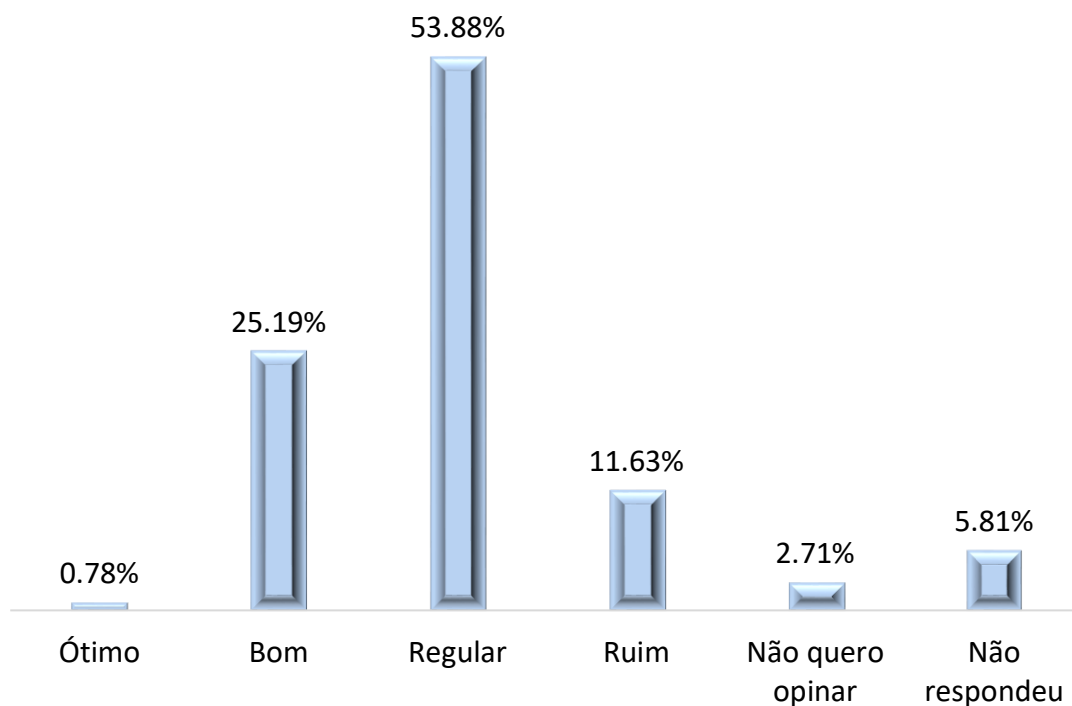


Gráfico 73 - Indique o seu grau de satisfação com a **oferta de empregos no setor de comércio**.

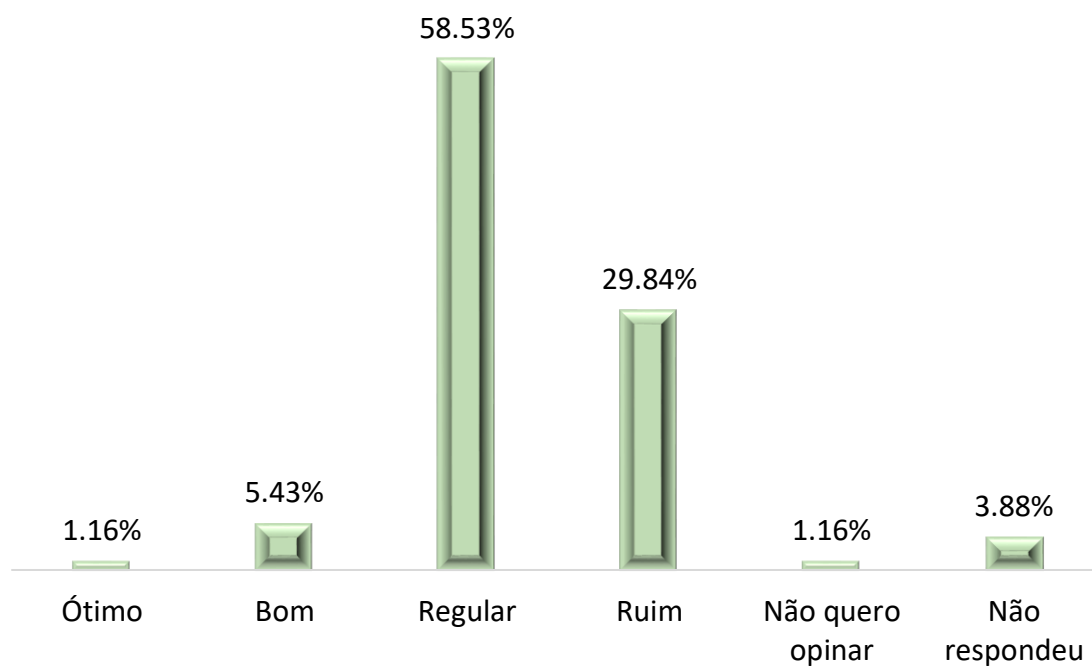


Gráfico 74 - Indique o seu grau de satisfação com a **oferta de empregos no setor de serviços**.

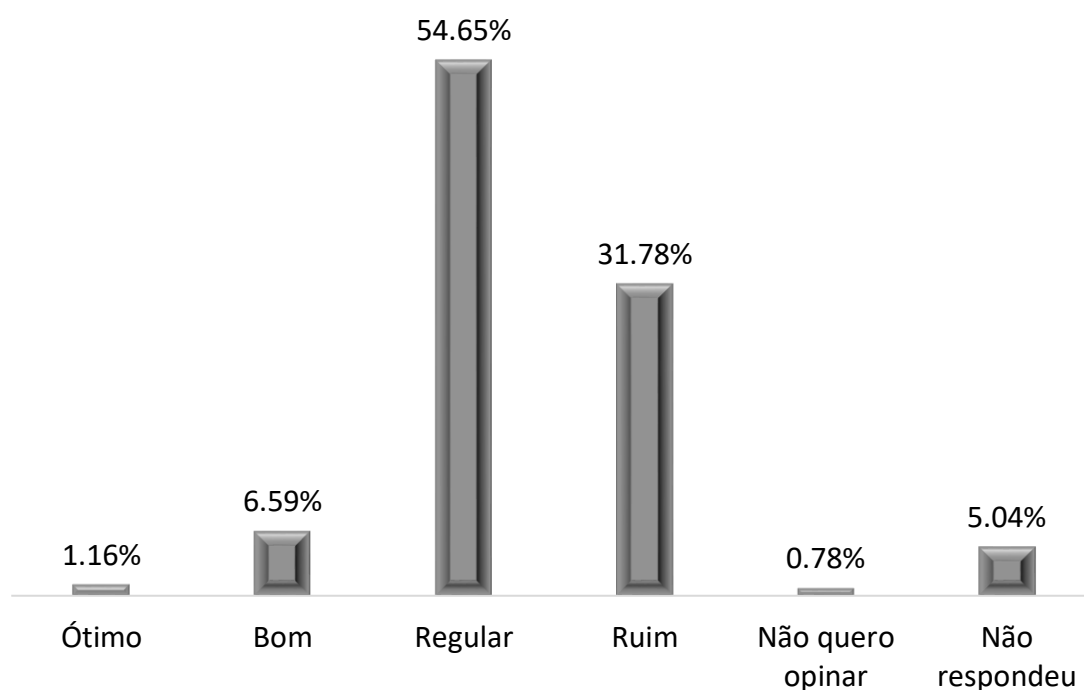


Gráfico 75 - Indique o seu grau de satisfação com a **oferta de empregos no setor industrial**.

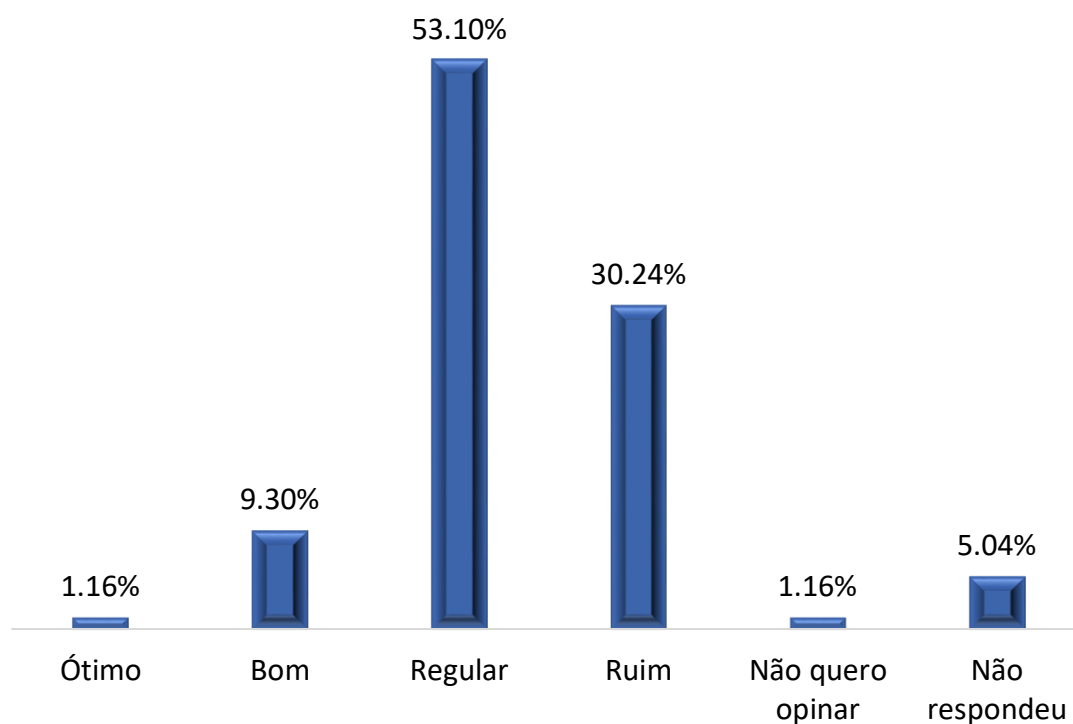


Gráfico 76 - Indique o seu grau de satisfação com a **oferta de empregos no setor agrícola**.

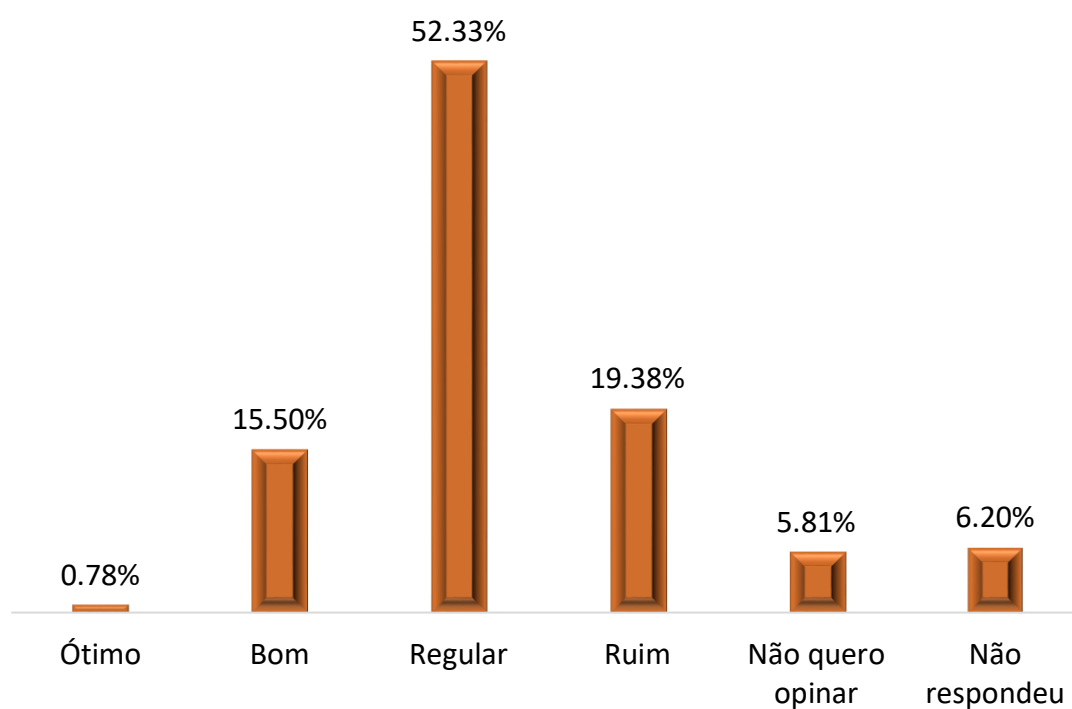


Gráfico 77 - Indique o seu grau de satisfação com a **oferta de empregos no setor de pecuária**.

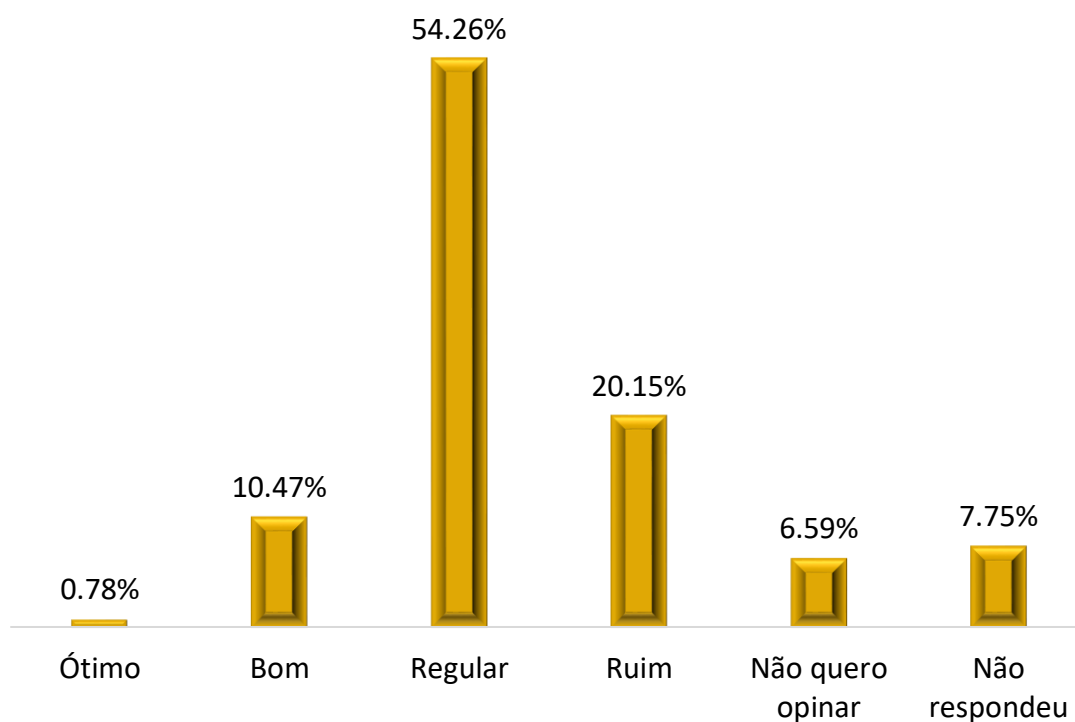


Gráfico 78 - Indique o seu grau de satisfação com a **oportunidade e facilidade para abrir negócios em Tambaú**.

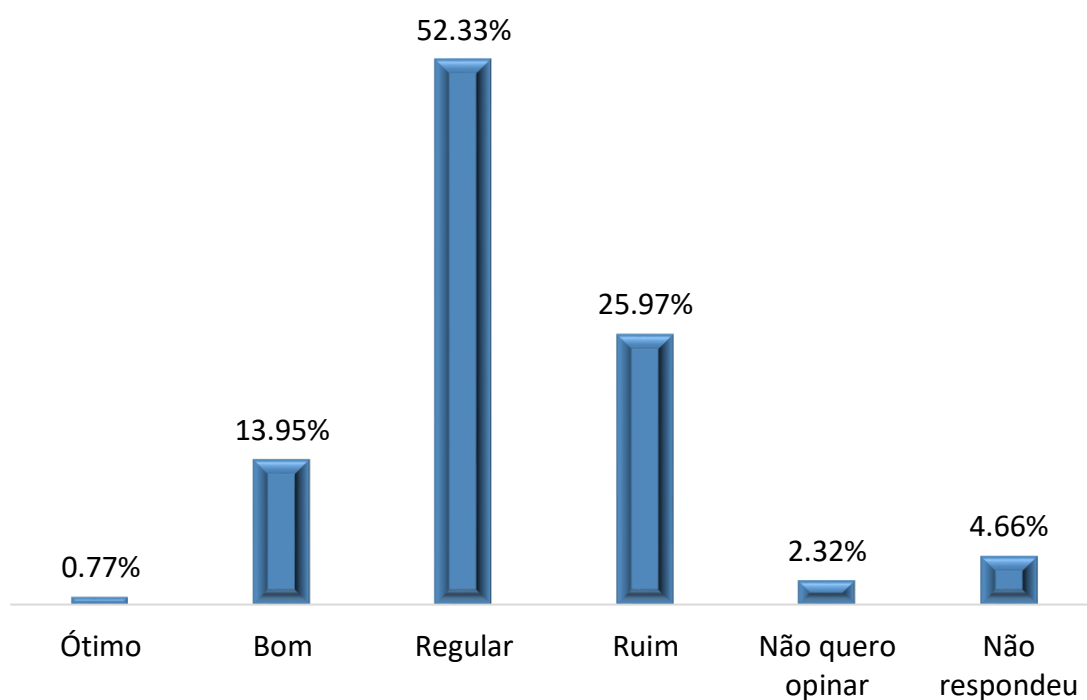


Gráfico 79 - Indique o seu grau de satisfação com a **oportunidade e facilidade de obter crédito para tocar negócios.**

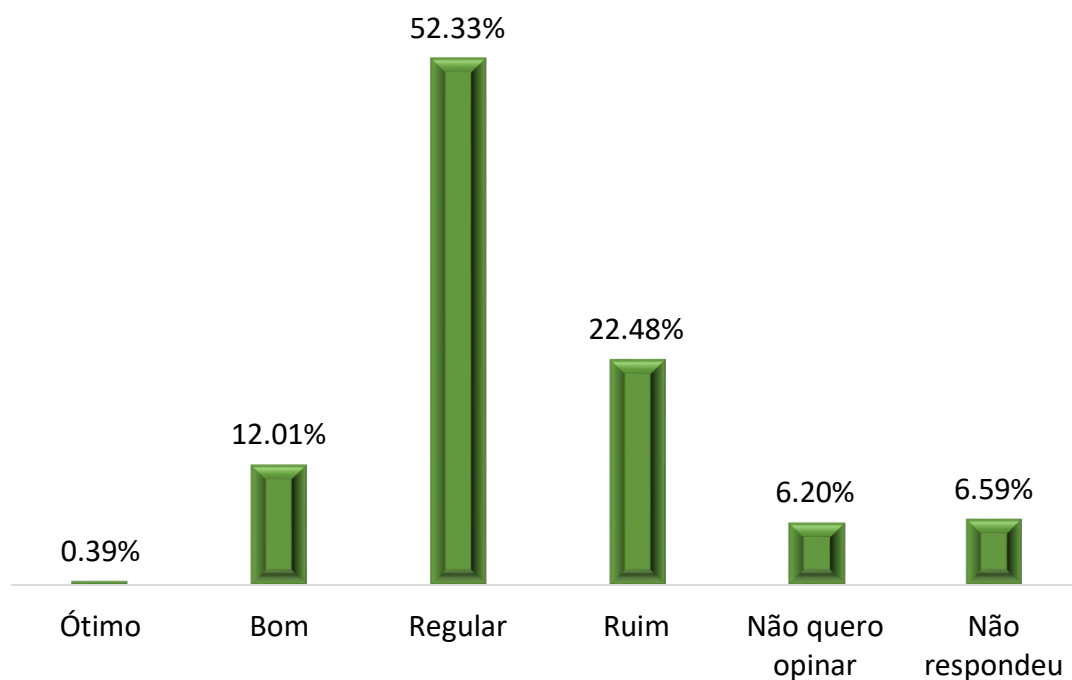


Gráfico 80 - Indique o seu grau de satisfação com a **oportunidade e facilidade para alugar espaços comerciais.**

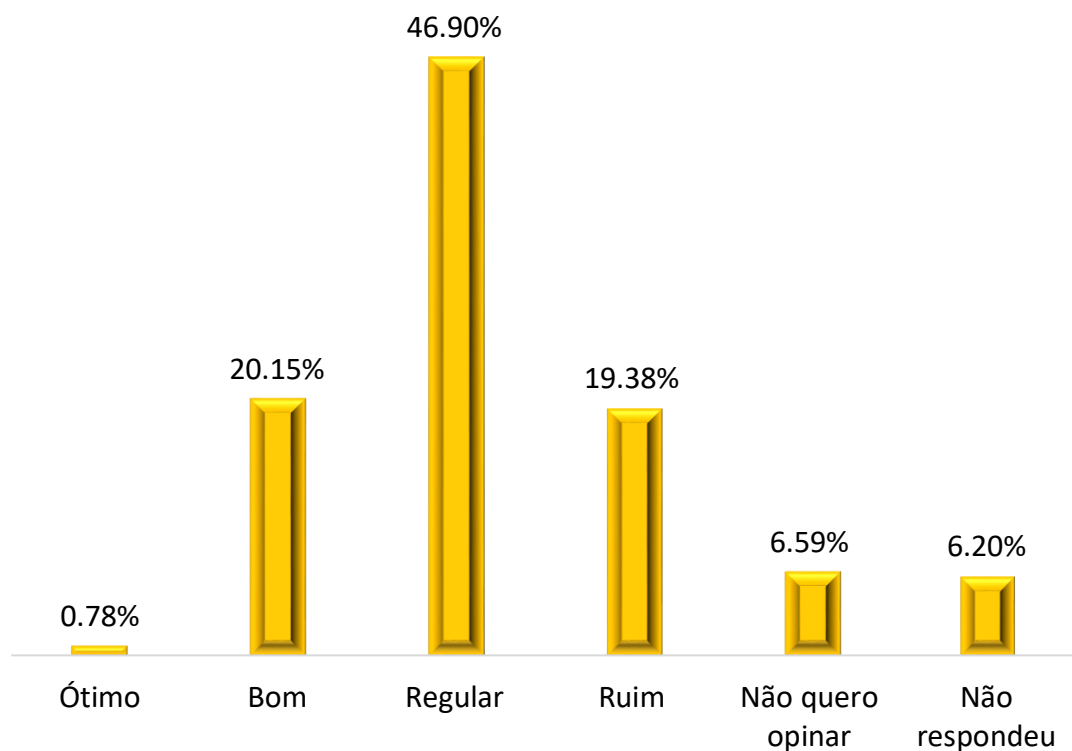
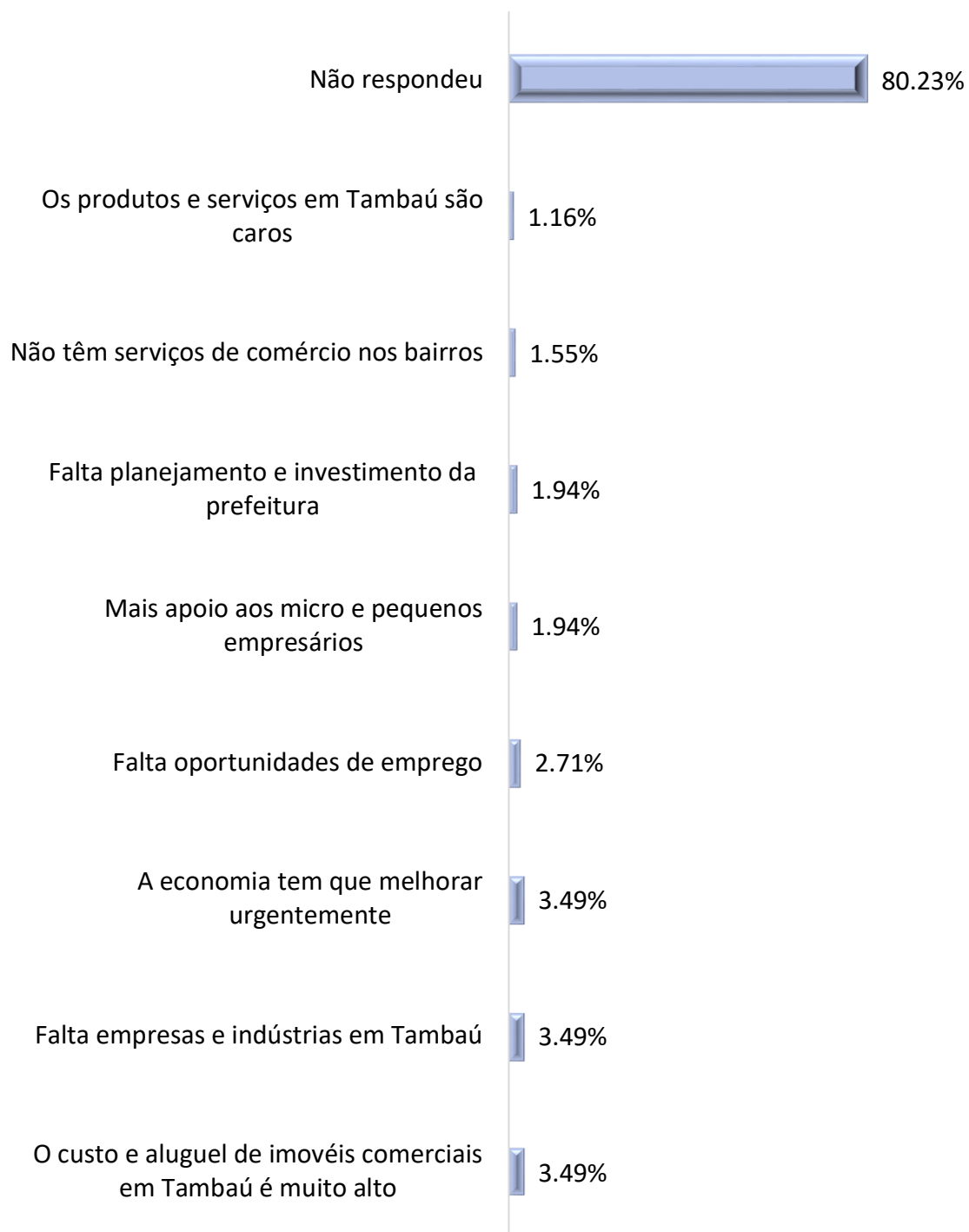


Gráfico 81 – Quais os comentários a fazer sobre a economia de Tambaú ou do seu bairro?



8.Meio ambiente

Gráfico 82 A - Em sua opinião, Tambaú cuida do meio ambiente?

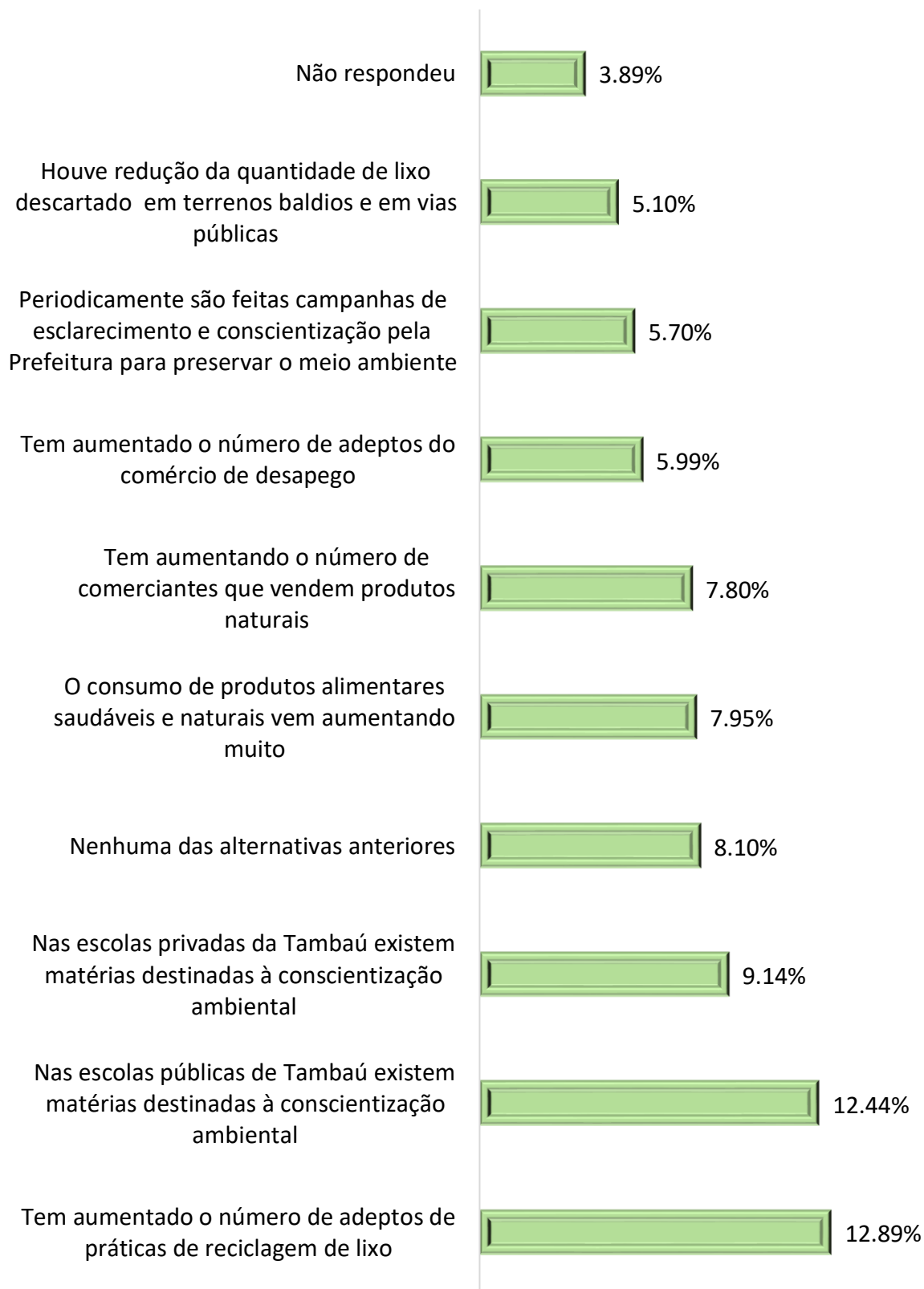
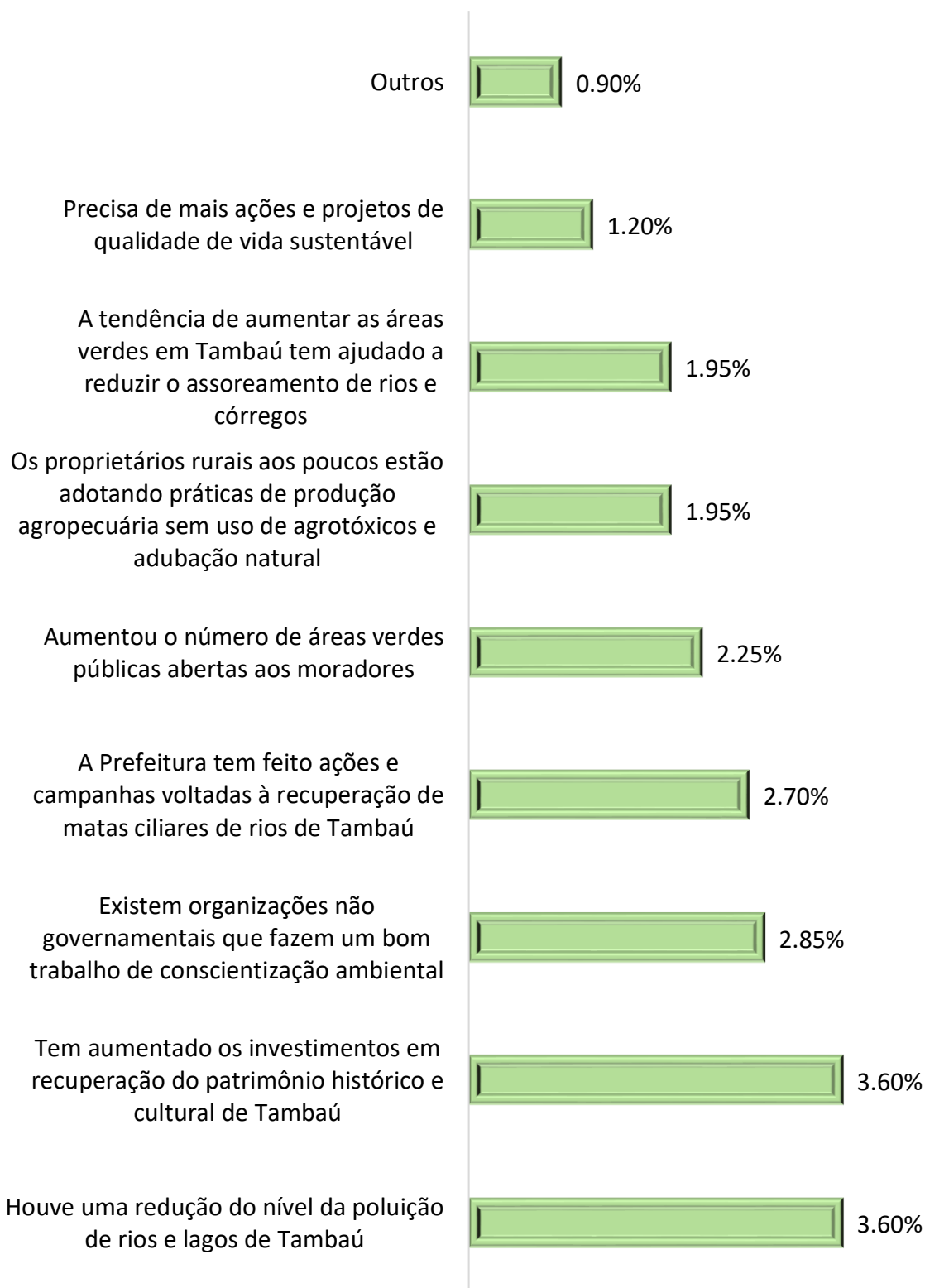


Gráfico 82 B - Em sua opinião, Tambaú cuida do meio ambiente?



O item “outros” representa falta de áreas verdes, cidade sustentável e mais uso do “dinheiro verde” com 0,90%.

9. Considerações finais

O projeto 2050 surgiu da motivação das instituições e da população de mudar seu município para desenvolver suas potencialidades, resolver seus problemas e garantir um município com qualidade de vida, renda e emprego atraentes para as novas gerações.

A pesquisa sumarizada neste trabalho é um inventário da vontade da população de Tambaú.

A análise dos dados mostra o que a população quer e o que realmente precisa, e com base nesta vontade, caberá ao Grupo Focal definir a linha condutora e orientadora do processo de mudança e desenvolvimento, sempre na busca da prosperidade, da geração e partilha da riqueza.

Uma gestão pública com resultados efetivos está alicerçada essencialmente na participação popular para definição dos programas de governo que atendam às necessidades da população e, acima de tudo, na continuidade dos programas mesmo durante as sucessões dos prefeitos e câmara de vereadores ao longo dos anos.

Ainda é muito novo para a população de maneira geral, entender que a qualidade de um município é também de sua responsabilidade. Ao eleger um gestor público seja ele no executivo ou legislativo, acompanhando as suas ações de gestão, informando e cuidando para que as necessidades de todos sejam atendidas, a população estará exercendo o seu papel no processo democrático. Até muito pouco tempo atrás era senso comum escolher os gestores dos municípios e esperar que eles sozinhos fossem capazes de realizar tudo.

Considera-se que as respostas da população ao questionário ainda estão pouco críticas e com poucas sugestões, o que é possível levantar algumas hipóteses sobre o porquê certas questões do inventário não tiveram um peso muito elevado por parte da população.



JUVENTUDE

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

1. Quadro geral de respostas

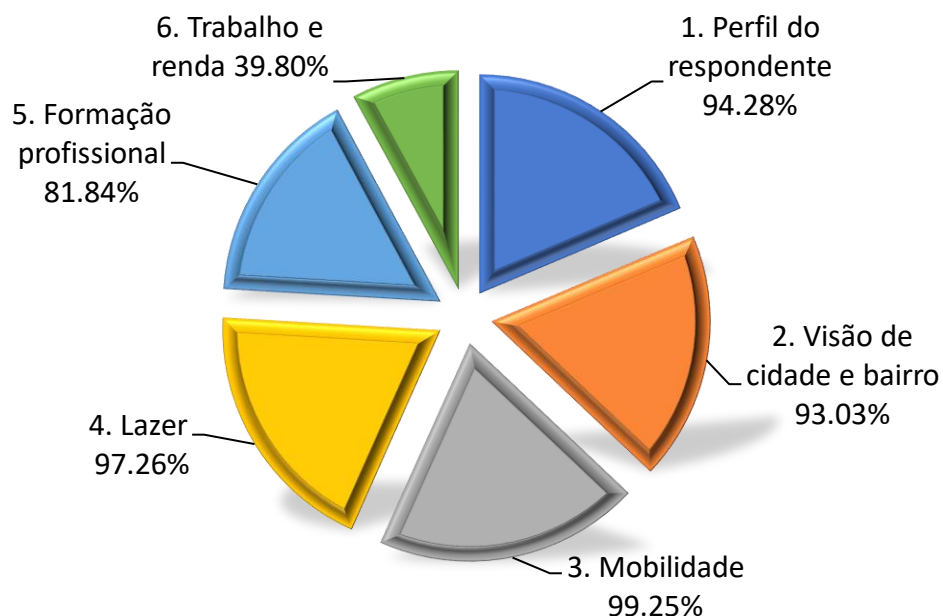
A Tabela 05 e gráfico 83 representam o número de jovens respondentes e o correspondente percentual. Ressalta-se o tema “mobilidade” que teve a maior participação de respostas, o que pode significar a maior preocupação do jovem neste momento. E se seguir nesta linha, pode-se ver que “lazer” é a segunda maior preocupação, seguida de “visão de cidade/bairro”, “formação profissional” e “trabalho e renda”. O Perfil dos respondentes não está sendo levado em consideração aqui como uma preocupação da juventude, uma vez que está ligado às características desta amostra.

Total de 404 respostas sendo duas desconsideradas por estarem fora dos parâmetros especificados. Total de respostas válidas 402.

Tabela 05 – Percentual de participantes dos temas

Tema	No. de munícipes que responderam	Porcentagem de munícipes
1. Perfil do Respondente	379	94,28%
2. Visão de Cidade/Bairro	374	93,03%
3. Mobilidade	399	99,25%
4. Lazer	391	97,26%
5. Formação Profissional	329	81,84%
6. Trabalho e Renda	160	39,80%

Gráfico 83 – Percentual de participantes dos temas



2. Perfil dos respondentes

Tabela 06 – Qual a sua escola?

E.E. Antonio Dias Paschoal	29,85%	Faculdade Anhanguera	0,75%
Centro Educacional SESI	23,63%	Unifae	0,75%
Colégio de Ensino Tambauense	21,14%	FATEC	0,75%
E.E. Padre Donizetti Tavares de Lima	6,47%	ETEC Casa Branca	0,50%
E.E. Carmen Mendes Carvalho	4,23%	Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de São José do Rio Pardo (FEUC)	0,50%
Universidade Brasil	3,23%	Colégio Objetivo Pirassununga	0,25%
Unip (Universidade Paulista)	2,98%	Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)	0,25%
UNIFEQB	2,73%	Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras (FFCL)	0,25%
Não respondeu 1,74%			

Gráfico 84 – Qual a sua idade?

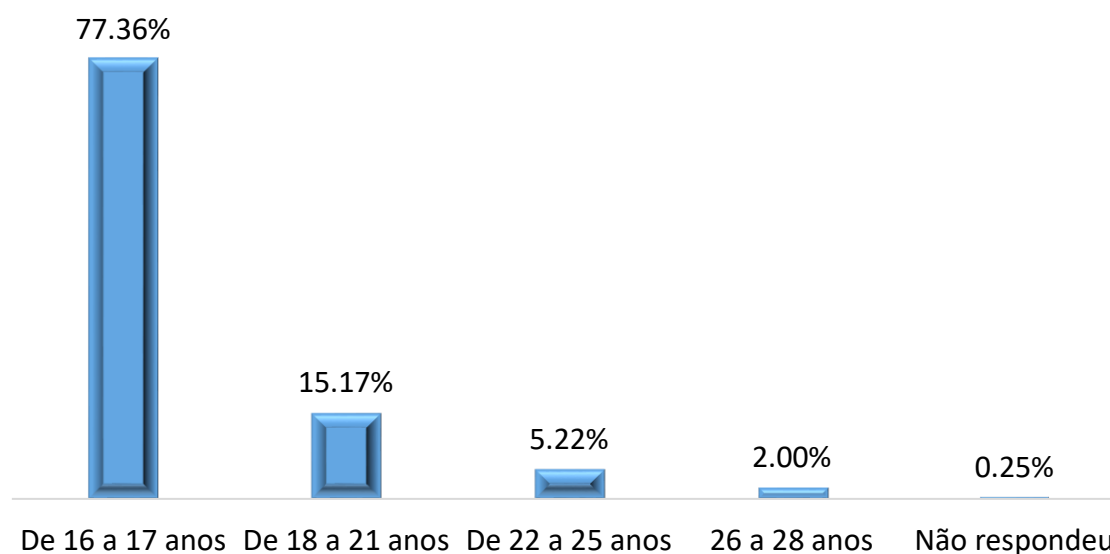


Tabela 07 – Qual seu bairro?

Jardim das Pitais	16,17%	Vila Maria	2,00%
Centro	9,45%	Terras de Santo Antônio	1,49%
Jardim Manoel M. Alves	7,46%	Jardim Flórida	1,24%
Jardim Alvorada	6,22%	Jardim José Gatto	1,24%
Jardim Boa Esperança	5,47%	Jardim São João	1,24%
Jardim Santa Carolina (I e II)	4,97%	Santa Cruz da Estrela	1,24%
Vila São Jorge	4,23%	St. Cruz das Palmeiras	0,99%
Vila Padre Donizetti	3,98%	Jardim Primavera	0,99%
Zona Rural	3,98%	Wanderley Assalim	0,99%
Vila Salemi	3,98%	Faveiro	0,75%
Jardim São Loureço	3,73%	Jardim do Trevo	0,75%
Jardim Andreazza	3,23%	Jardim Luana	0,75%
Jardim Nova Aparecida	2,49%	Jardim Nossa Sra.Aparecida	0,50%
Patrimônio	2,24%	Paulo VI	0,50%
Santa Terezinha	2,24%	Piché	0,50%
Jardim Nova Era	2,00%	São Pedro dos Morrinhos	0,50%
		Não respondeu	2,49%

Tabela 08 – Qual seu local de nascimento?

Tambaú	58,20%	Alfenas	0,25%
Ribeirão Preto	14,18%	Campina Grande do Sul	0,25%
Santa Cruz das Palmeiras	8,95%	Campos de Jordão	0,25%
Santa Rita do Passa		Cleveland (EUA)	0,25%
Quatro	4,73%	Descalvado	0,25%
São Paulo	1,74%	Euclides da Cunha	0,25%
Campinas	1,74%	Ilhéus	0,25%
São João da Boa Vista	1,49%	Pirassununga	0,25%
Casa Branca	0,99%	São Caetano do Sul	0,25%
Porto Ferreira	0,99%	São José do Rio Pardo	0,25%
Santa Rosa de Viterbo	0,99%	São Miguel do Araguaia	0,25%
Mococa	0,75%	São Sebastião da Gramma	0,25%
Limeira	0,75%	São Sebastião do Paraíso	0,25%
Ceará	0,50%	Terra Boa	0,25%
Aguai	0,25%		
Não respondeu			0,25%

Gráfico 85 – Qual o seu sexo?

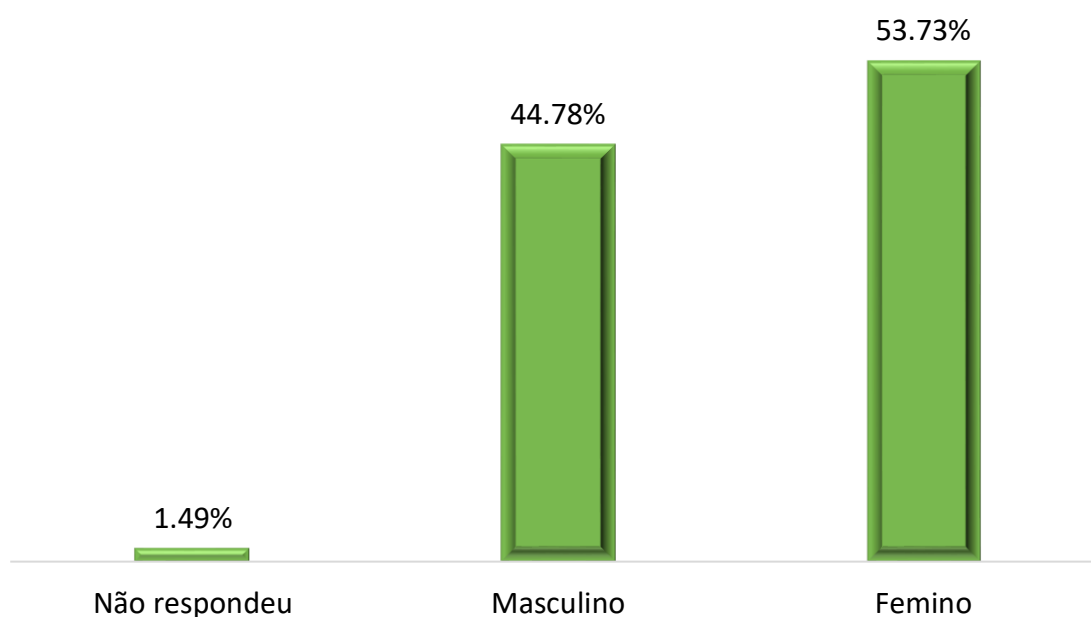


Gráfico 86 – Qual a sua escolaridade?

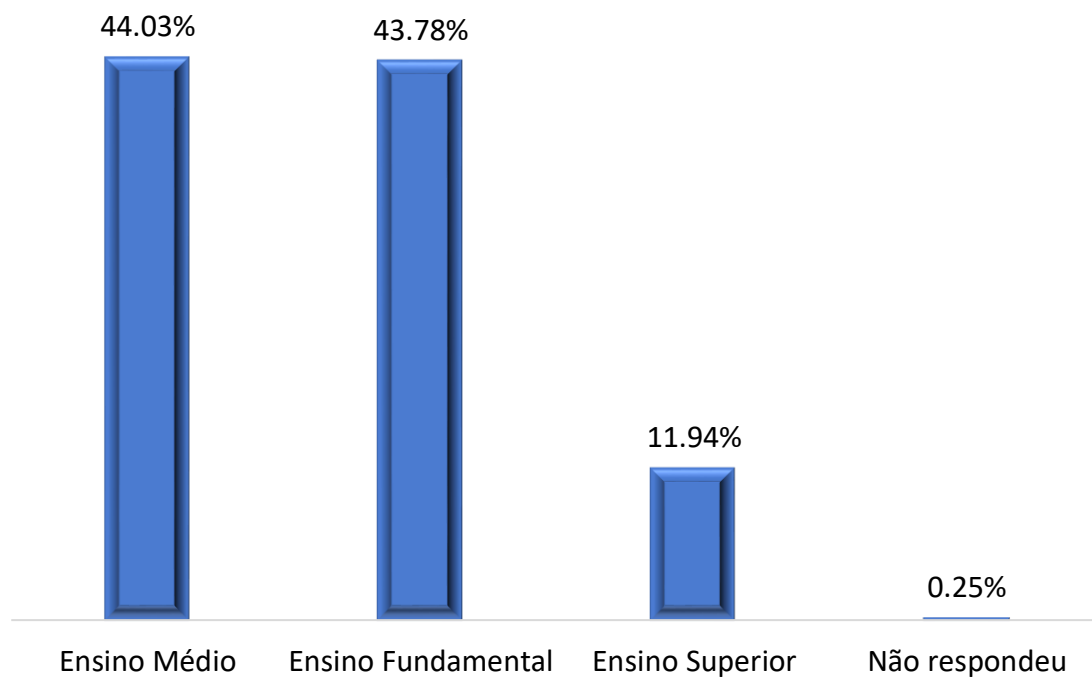


Gráfico 87 – Quanto às escolas que você estudou:

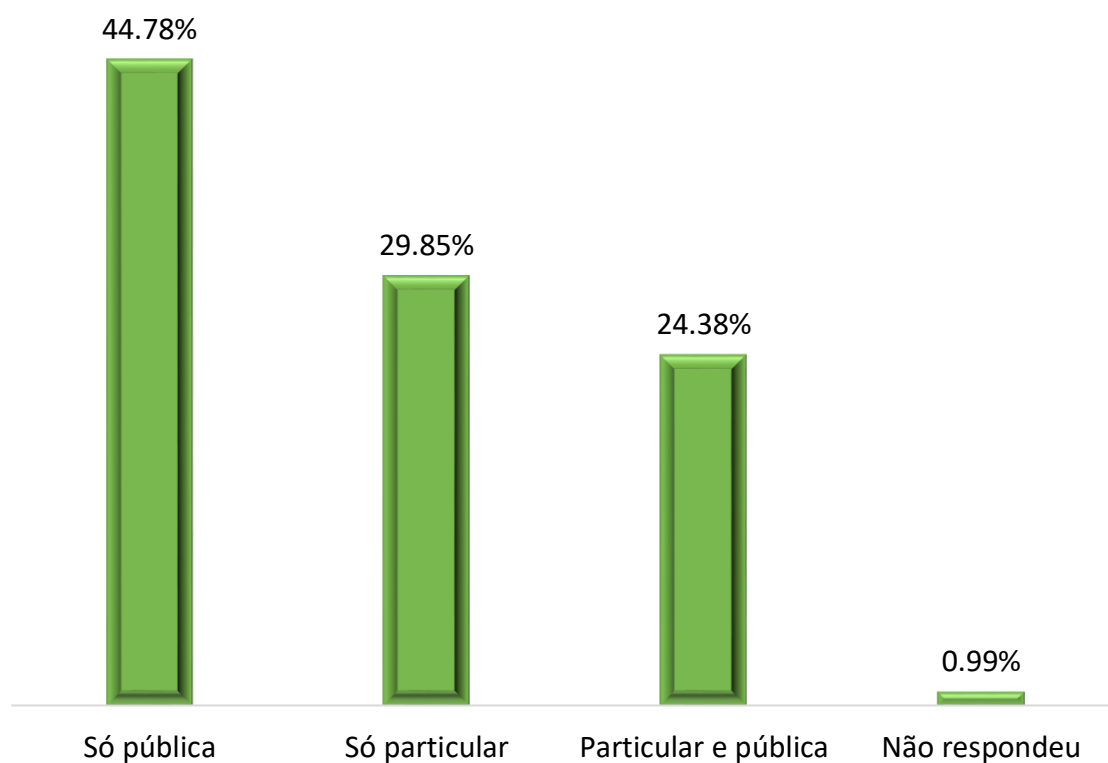


Gráfico 88 – Qual seu estado civil?

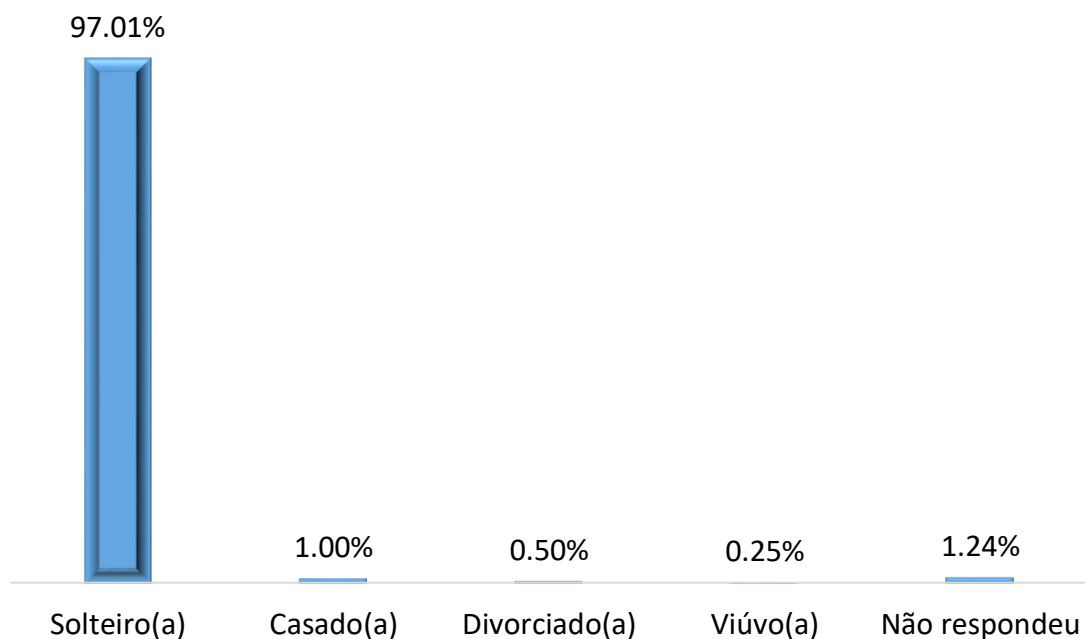
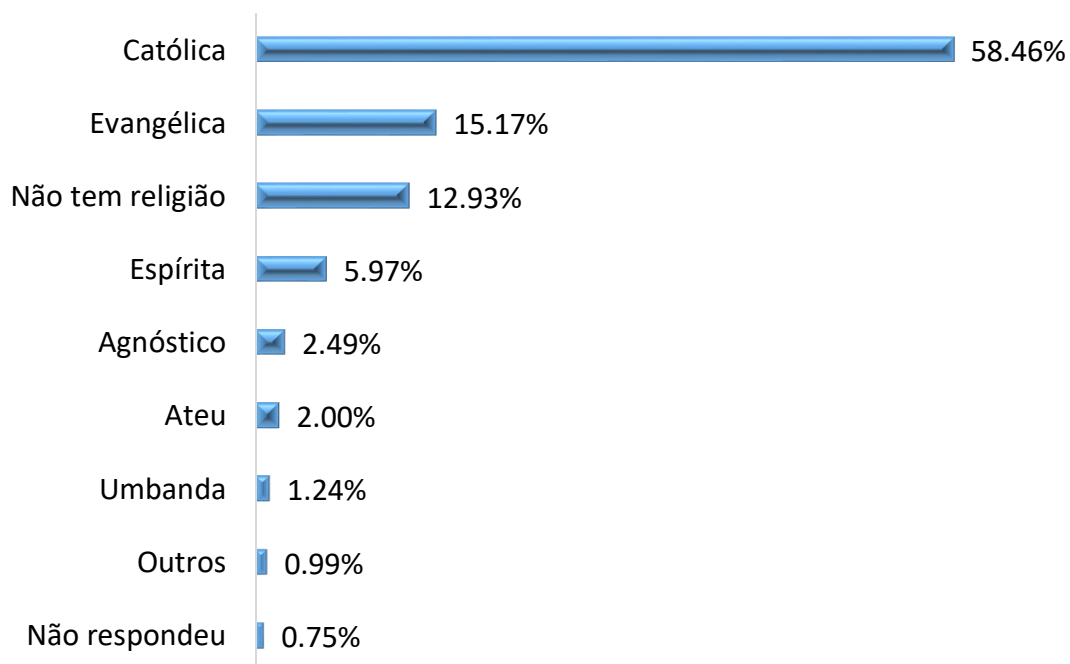


Gráfico 89 - Qual sua religião ou crença?



O item “outros” representa religião ou crença niilista e wicca com 0,99%

Gráfico 90 - Em relação à sua Etnia, você se considera:

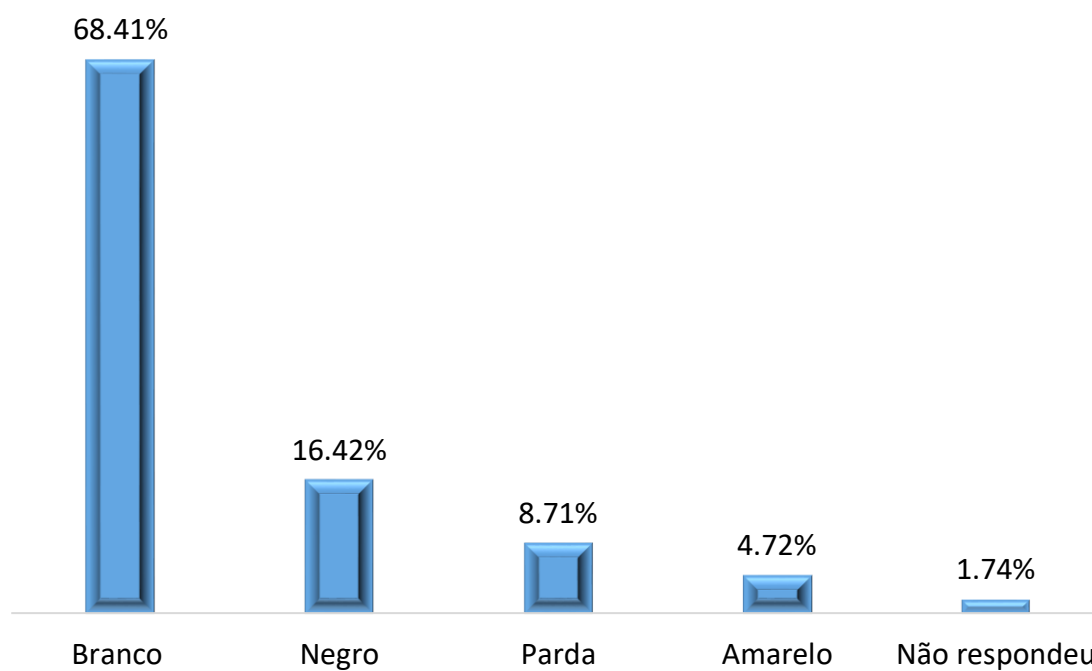


Gráfico 91 - Você já sofreu preconceito por sua cor?

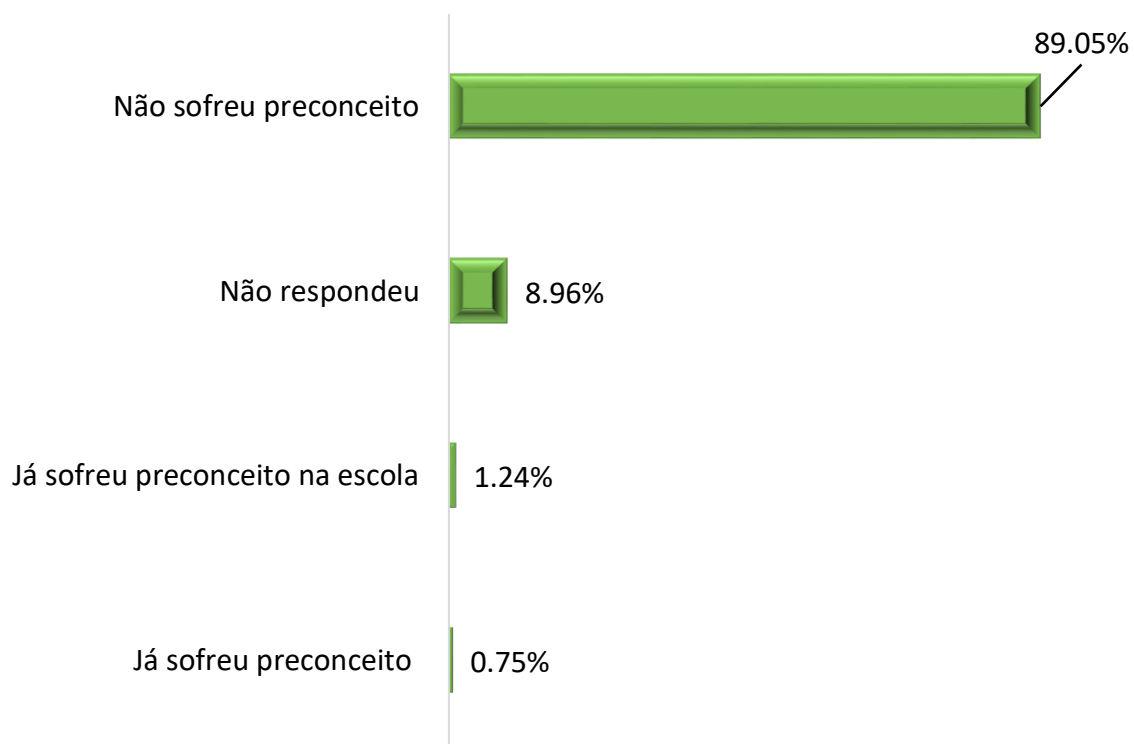


Gráfico 92 - Quanto à sua sexualidade, você se considera:

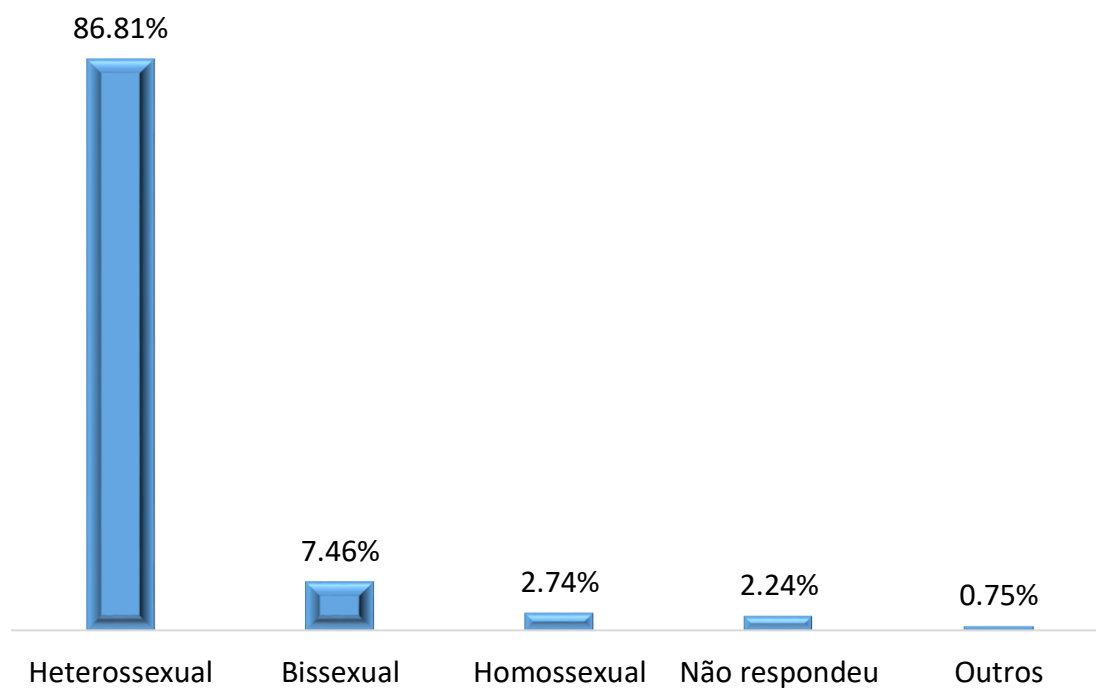


Gráfico 93 - Já sofreu preconceito pela sua orientação sexual?

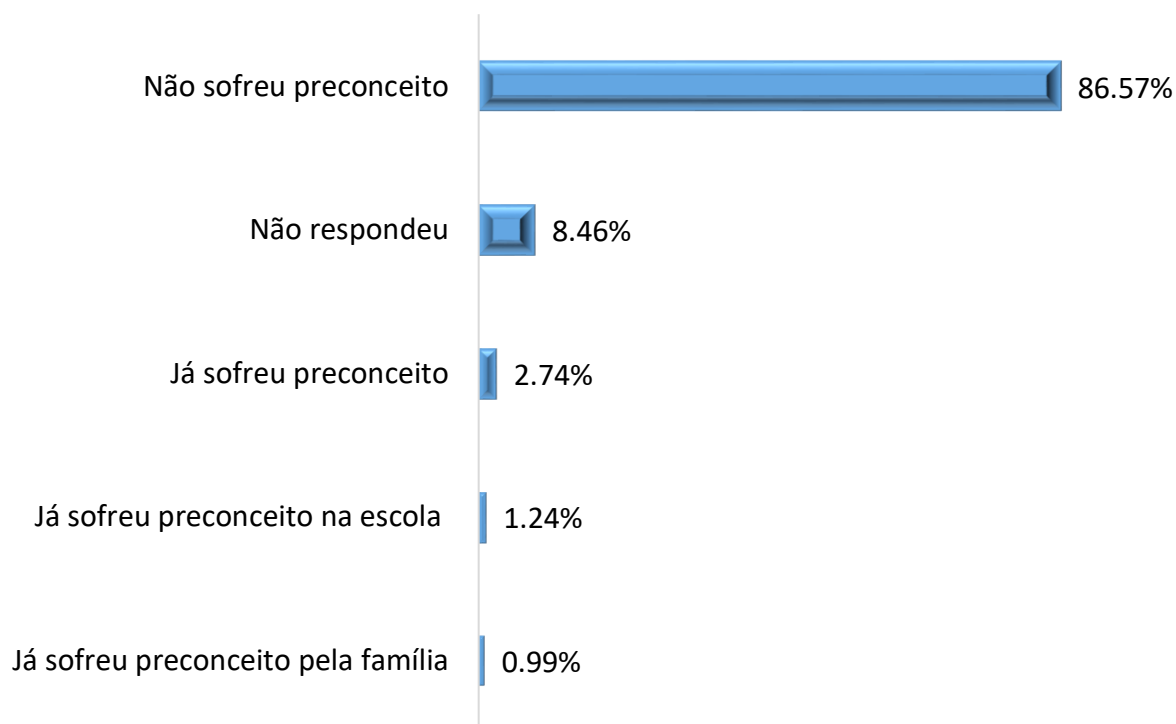


Gráfico 94 - Você usa ou já usou algum tipo de droga? Qual?

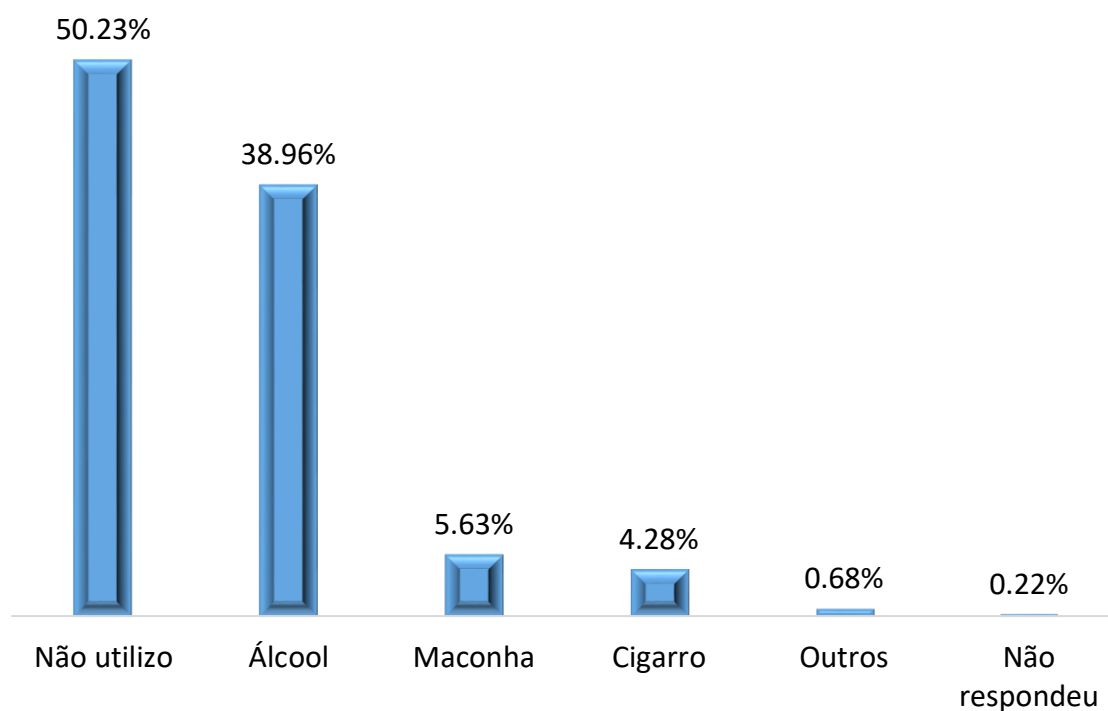


Gráfico 95 - Se você utiliza qualquer tipo de droga, respondido anteriormente, qual é a frequência?

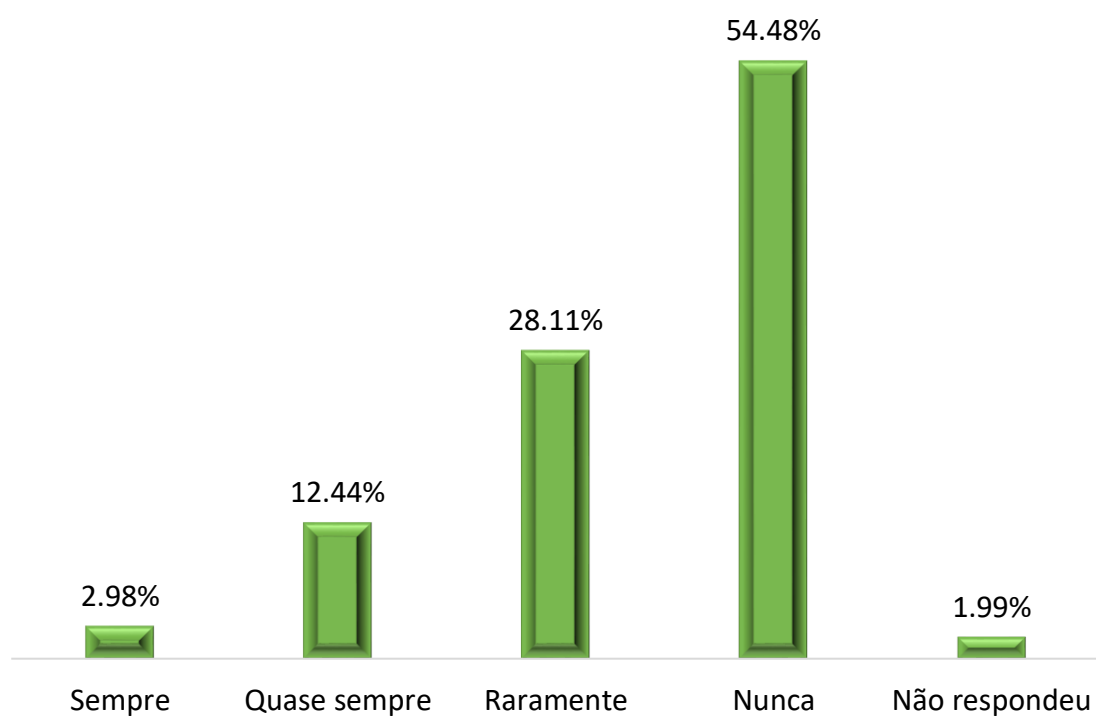


Gráfico 96 - Você é a favor da Legalização das Drogas?

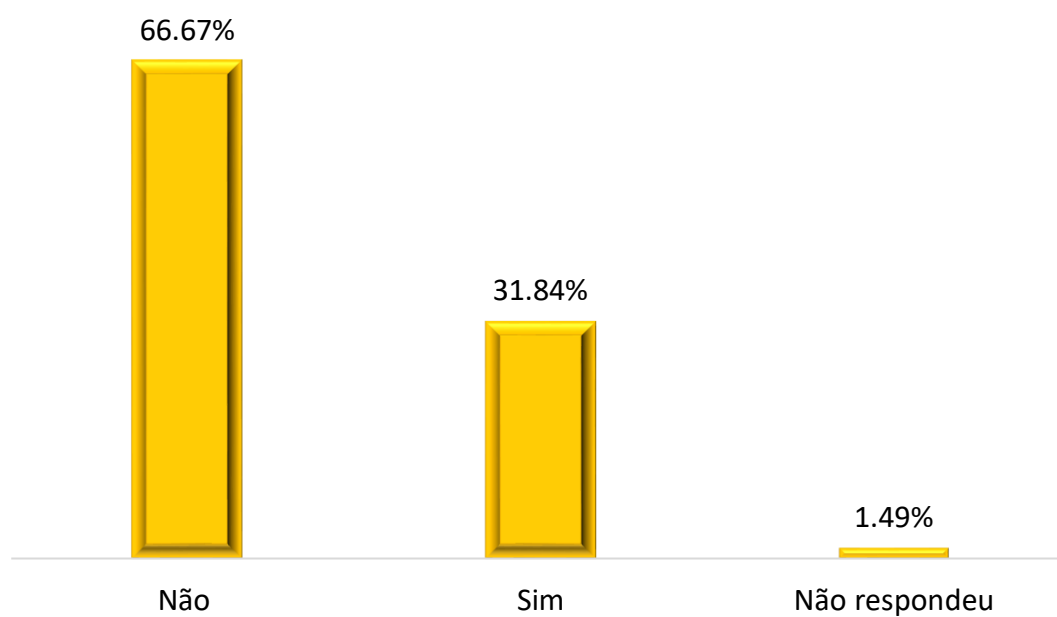
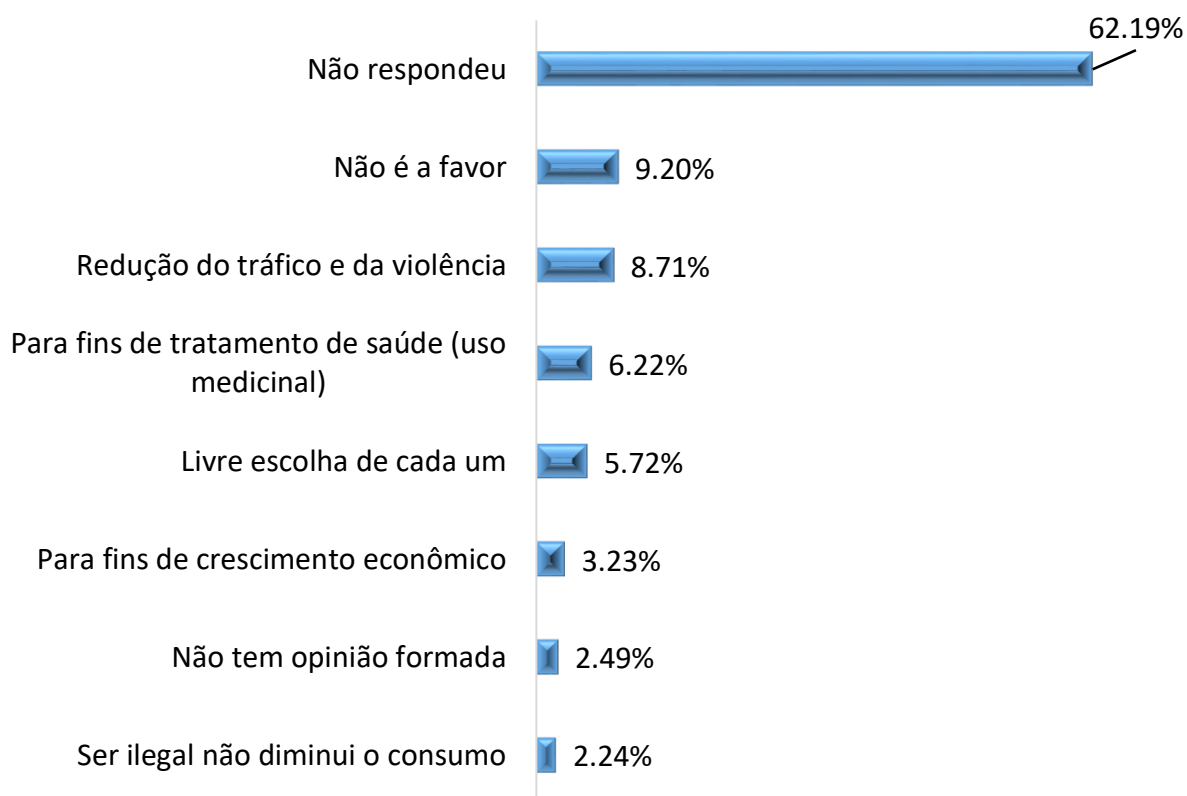


Gráfico 97 - Se você é a favor da legalização das drogas, qual é o motivo?



3. Visão da cidade e bairro

Gráfico 98 - Em sua opinião, viver em Tambaú é:

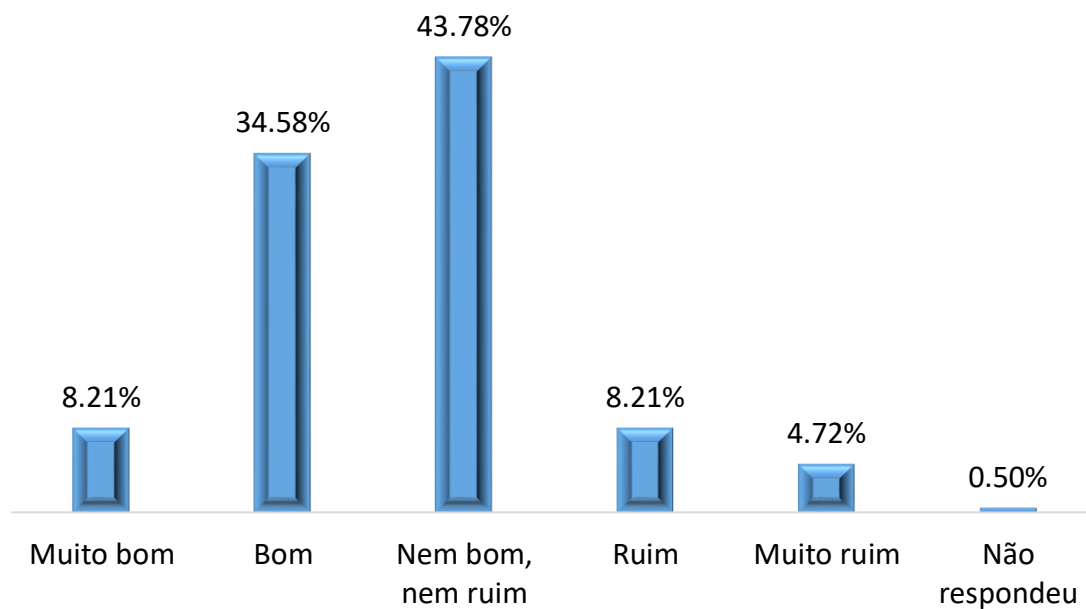


Gráfico 99 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Qualidade do transporte público?**

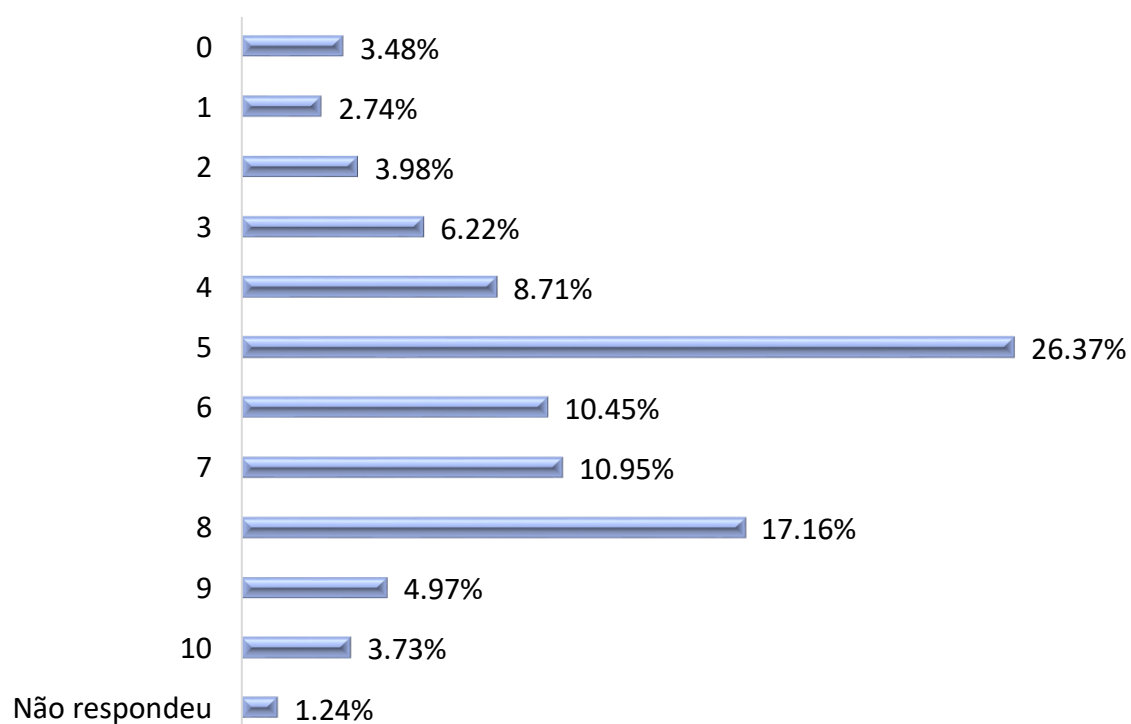


Gráfico 100 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Qualidade de vida?**

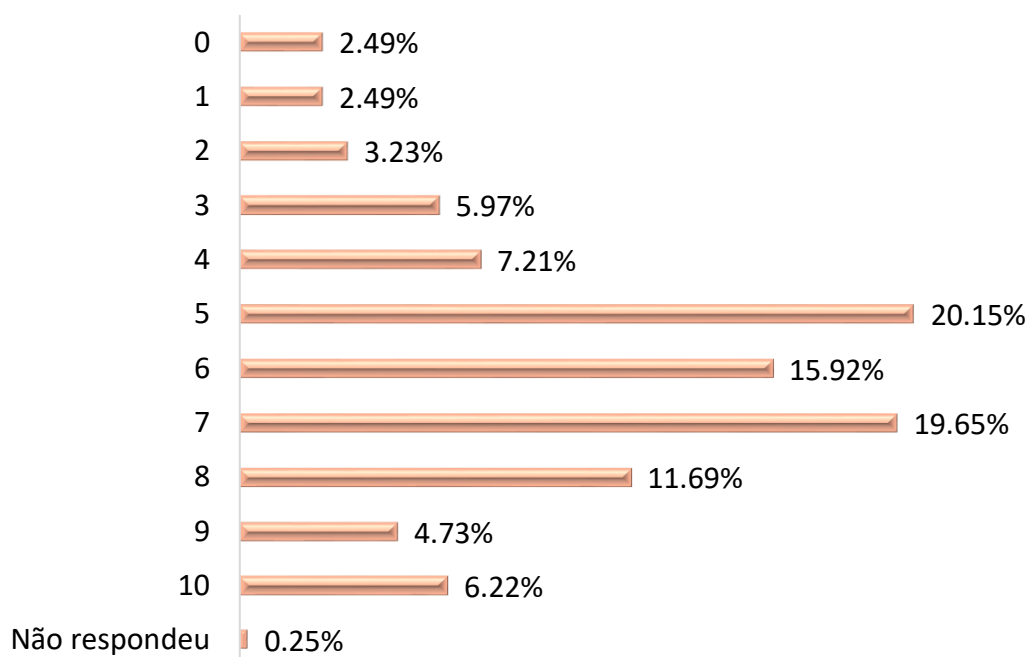


Gráfico 101 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Segurança das Áreas de Lazer?**

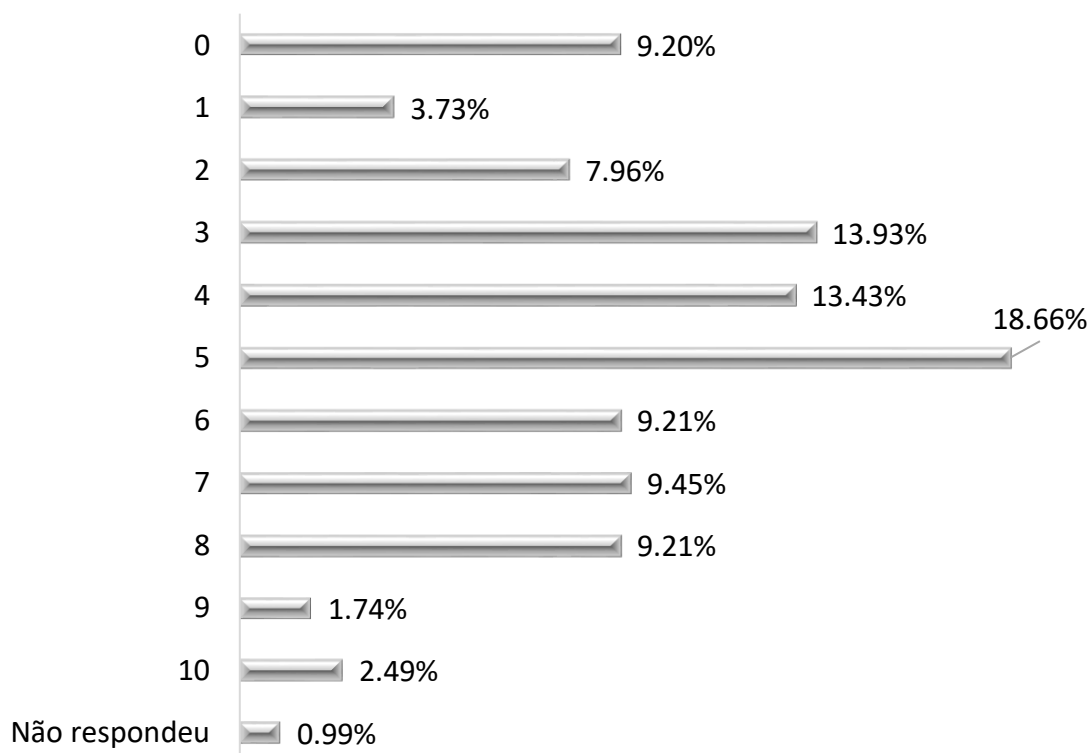


Gráfico 102 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Cidade Sustentável?**

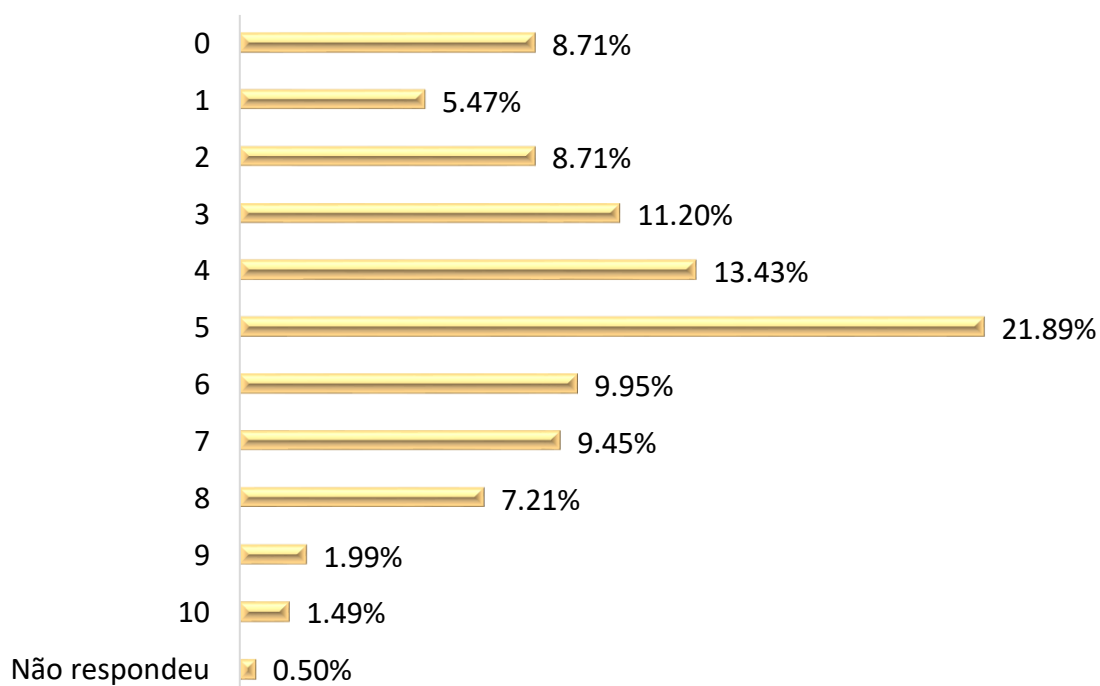


Gráfico 103 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Áreas verdes?**

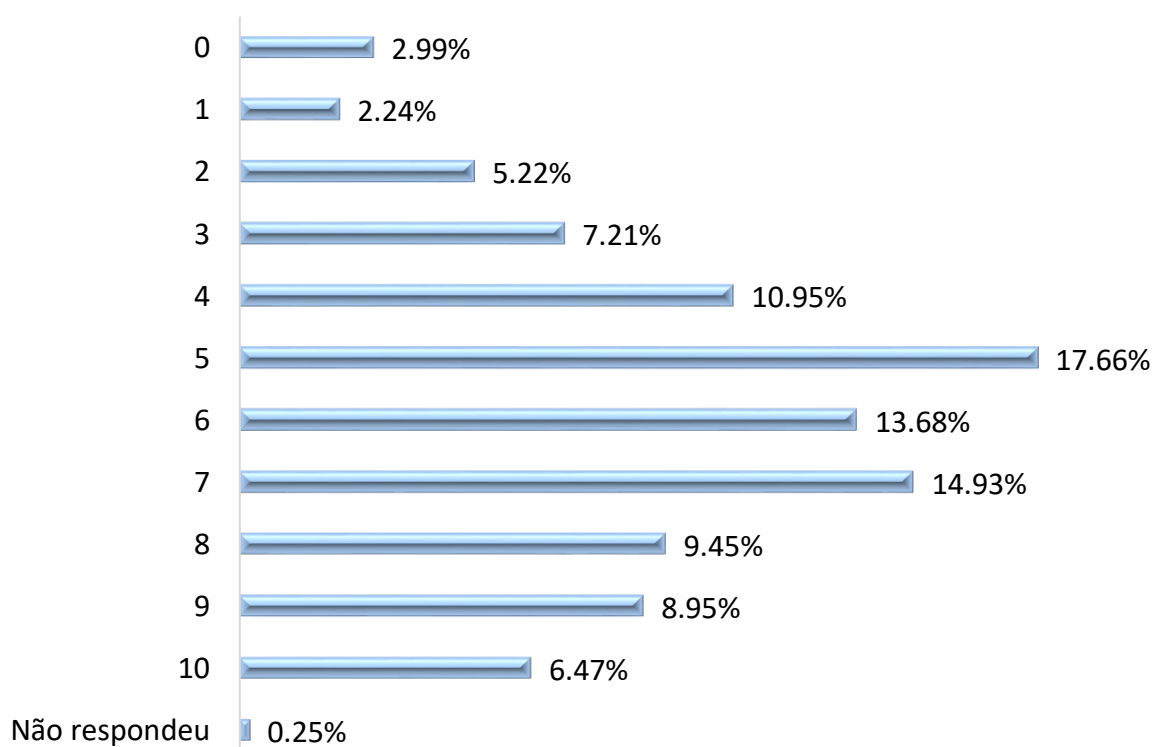


Gráfico 104 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Escolas e Universidades?**

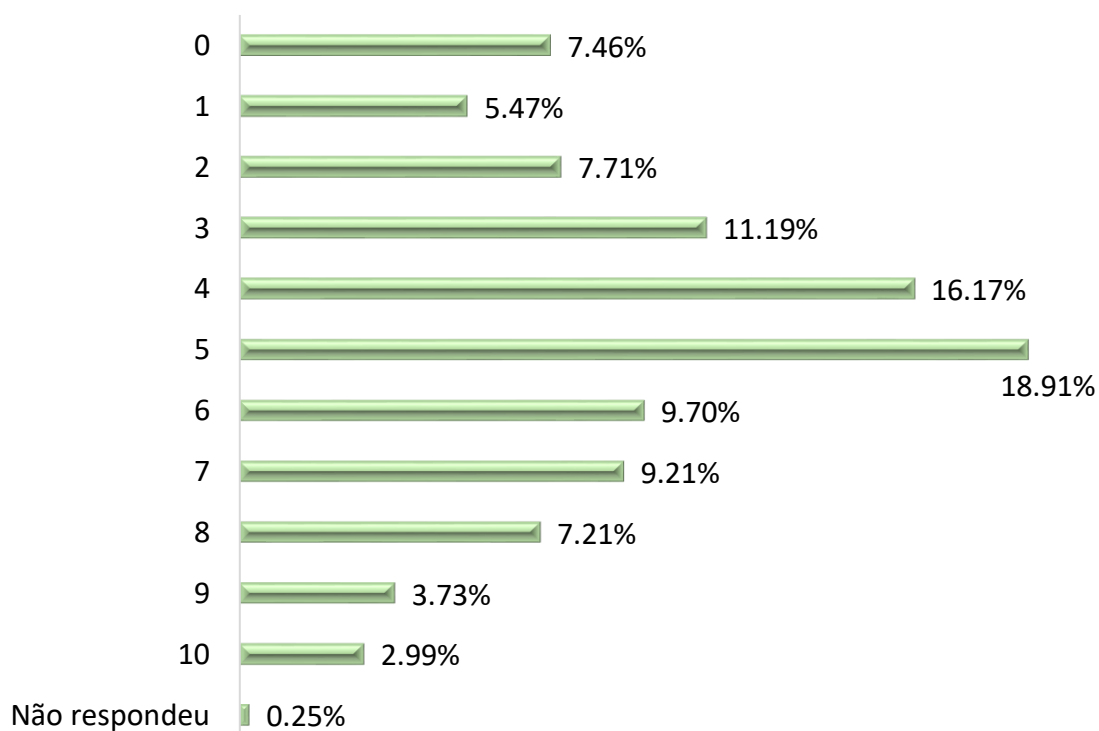


Gráfico 105 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Cursos técnicos e/ou profissionalizantes?**

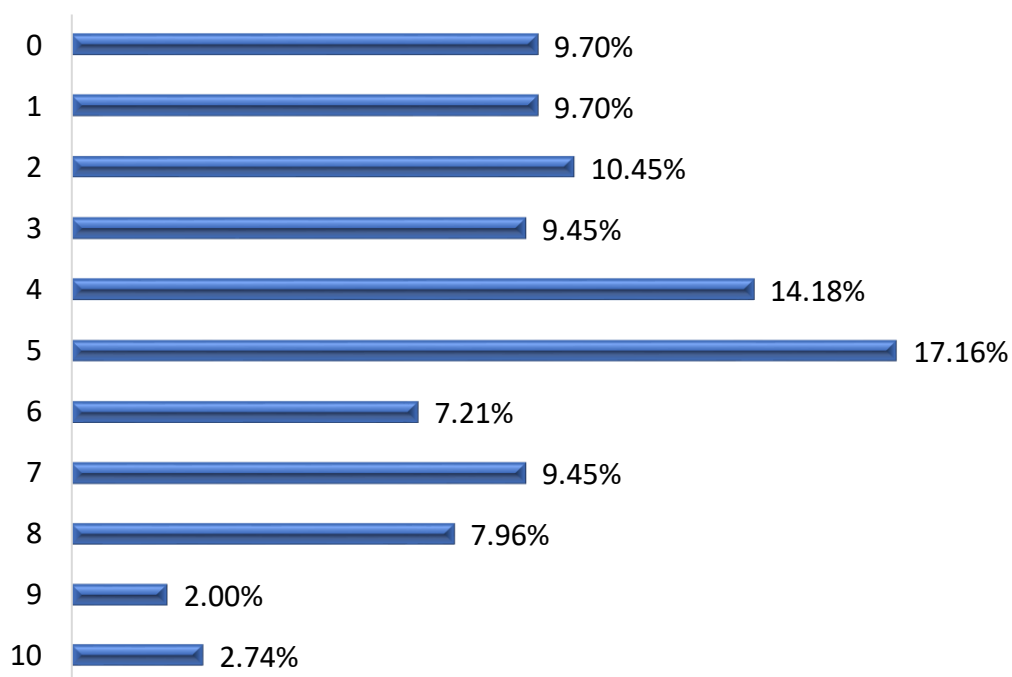


Gráfico 106 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Ofertas de empregos?**

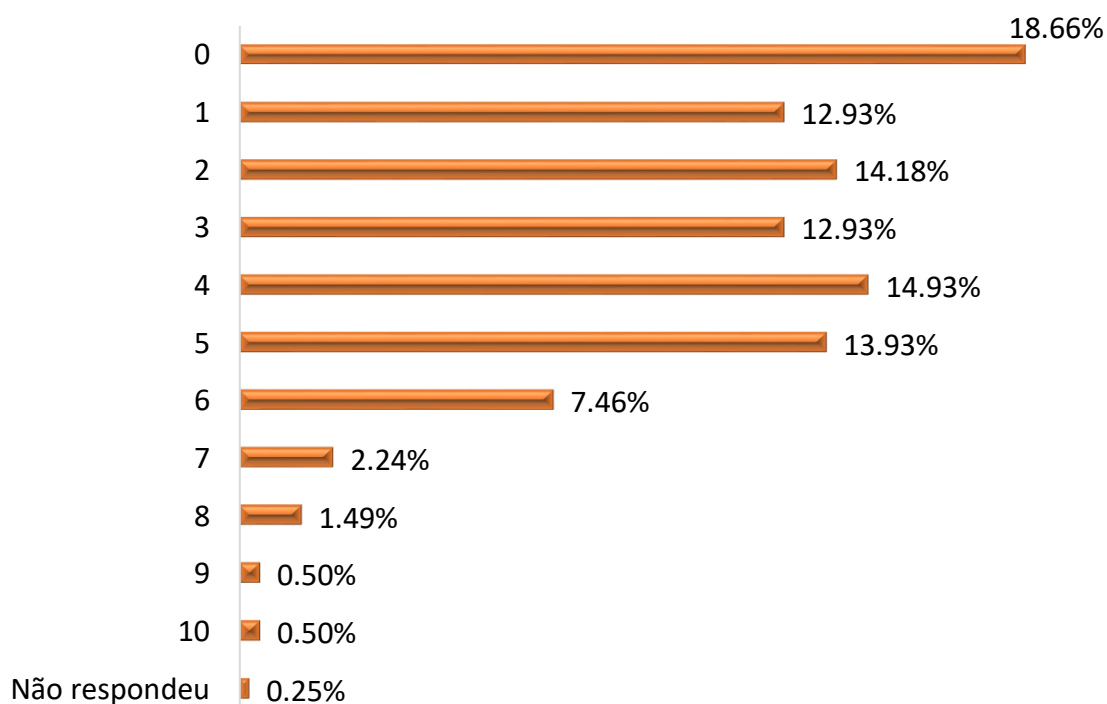


Gráfico 107 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Qualidade dos serviços públicos** (hospital, pronto socorro, postos de saúde, escola, assistência social, etc.)?

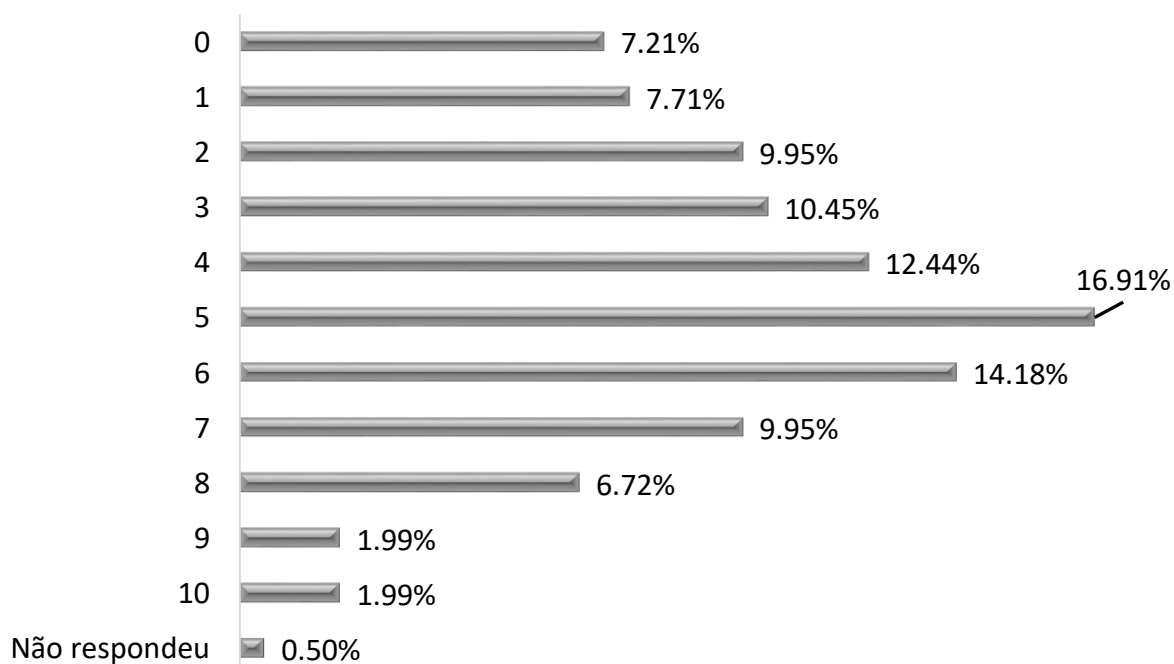


Gráfico 108 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Comércio?**

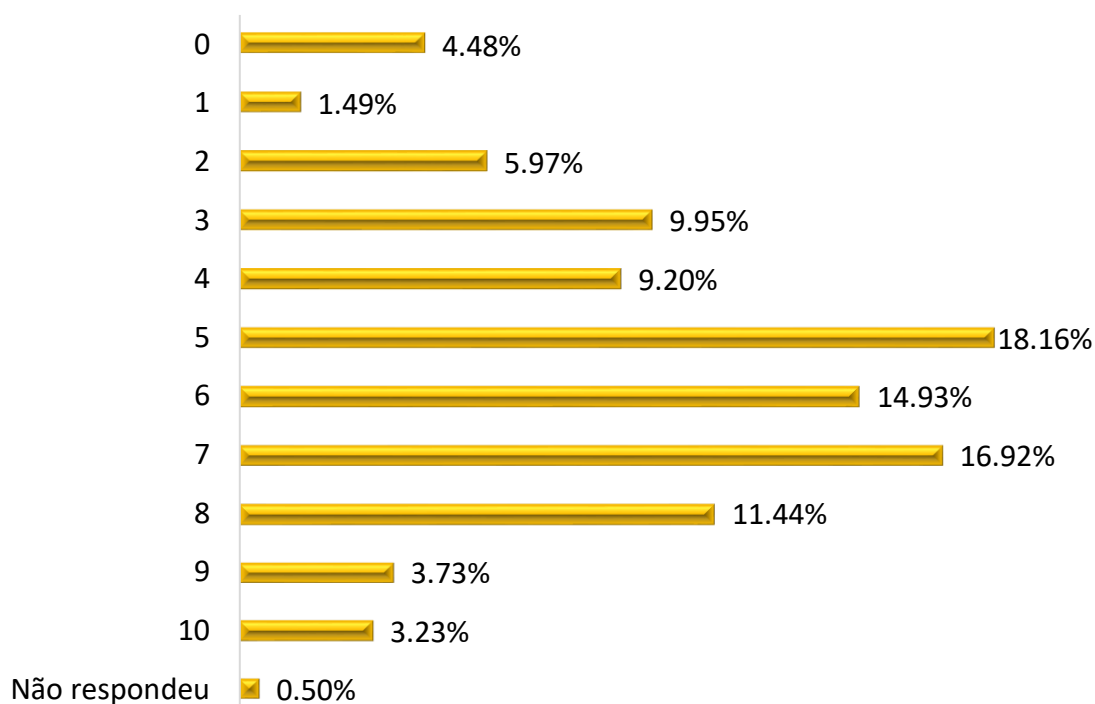


Gráfico 109 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Custo de vida?**

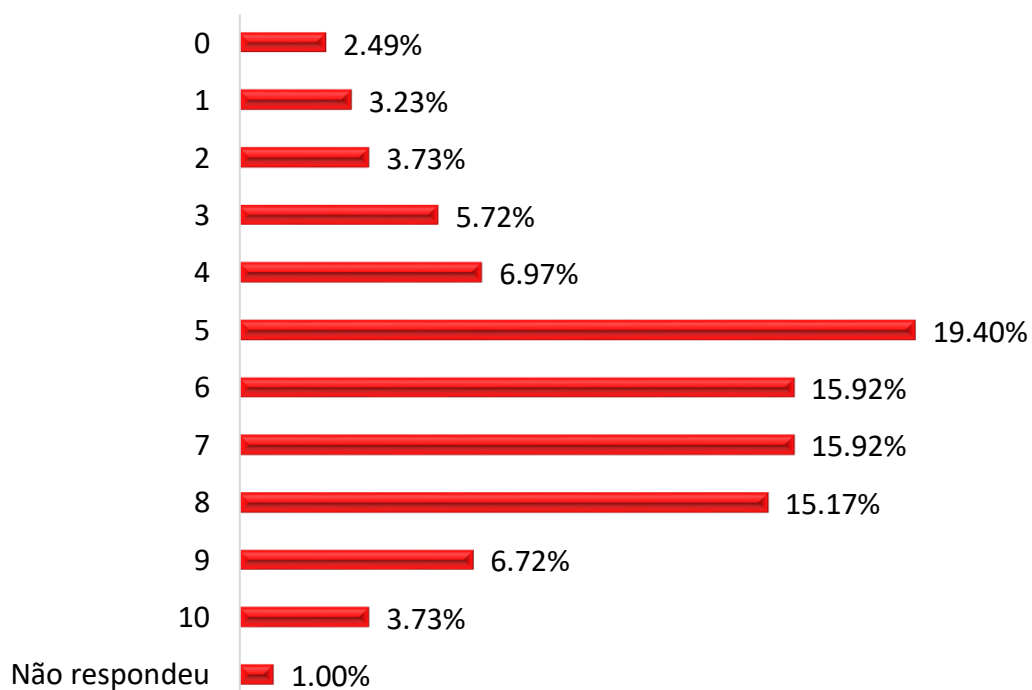


Gráfico 110 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto: **Calçadas?**

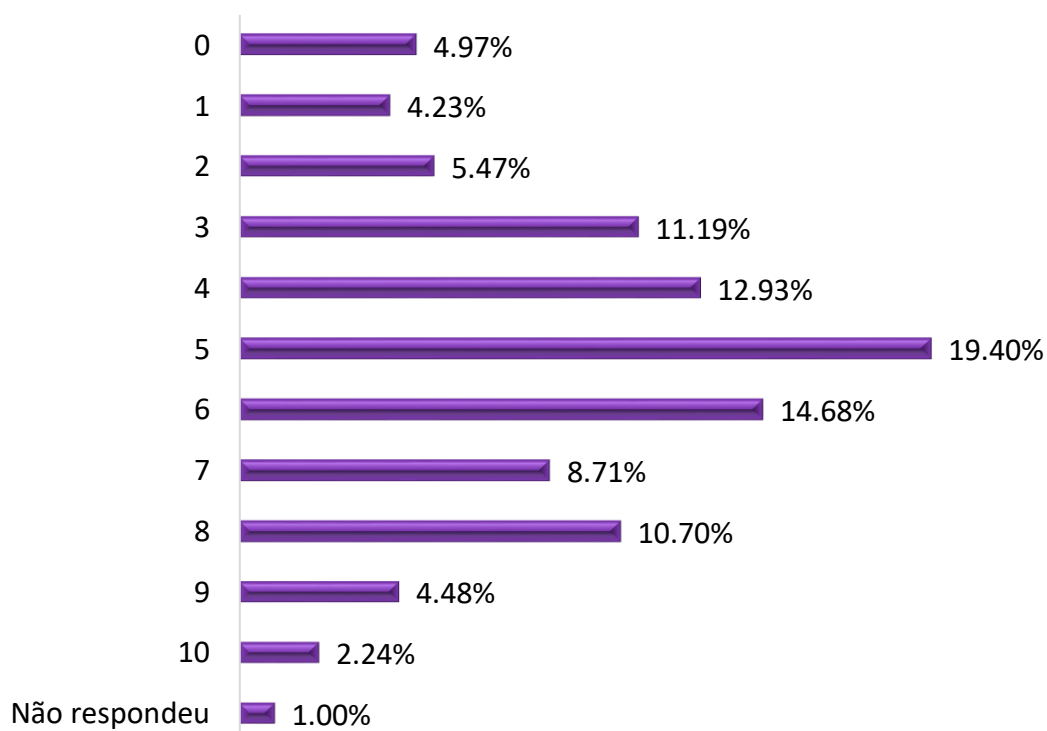


Gráfico 111 - Você deseja mudar para outra cidade nos próximos 10 (dez) anos?

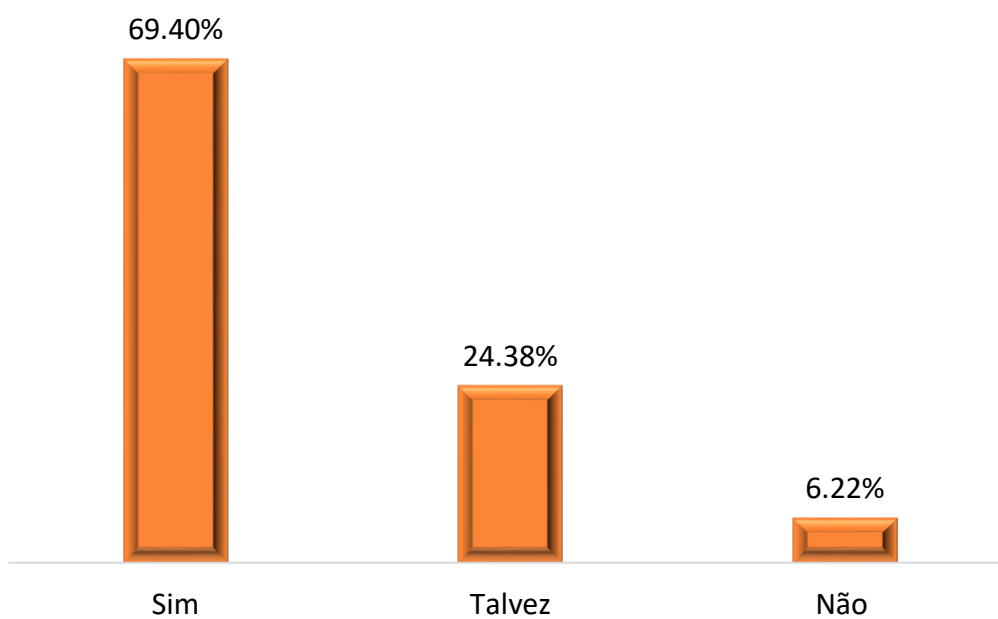


Gráfico 112 A - Se você deseja mudar de cidade, você já sabe qual?

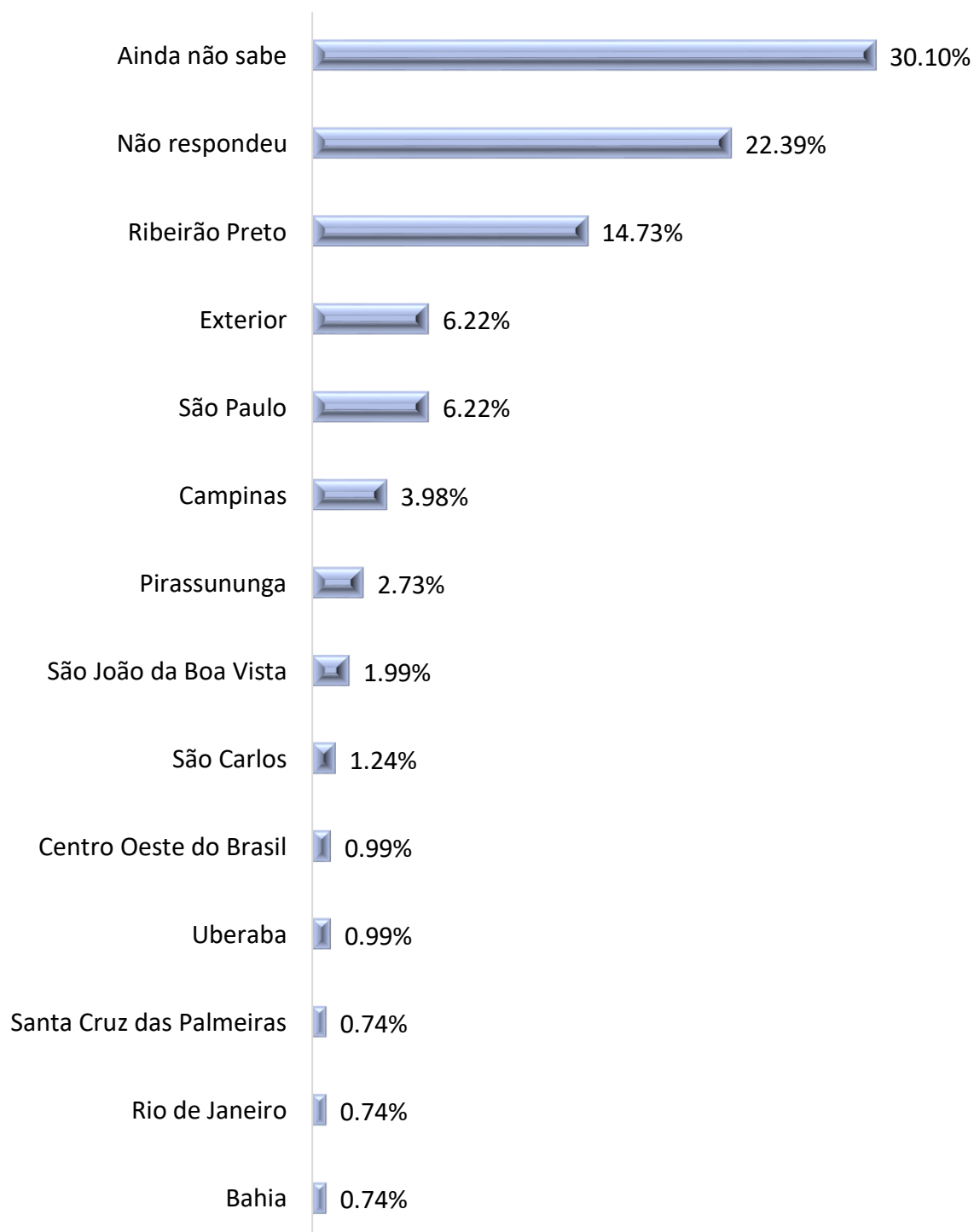


Gráfico 112 B - Se você deseja mudar de cidade, você já sabe qual?

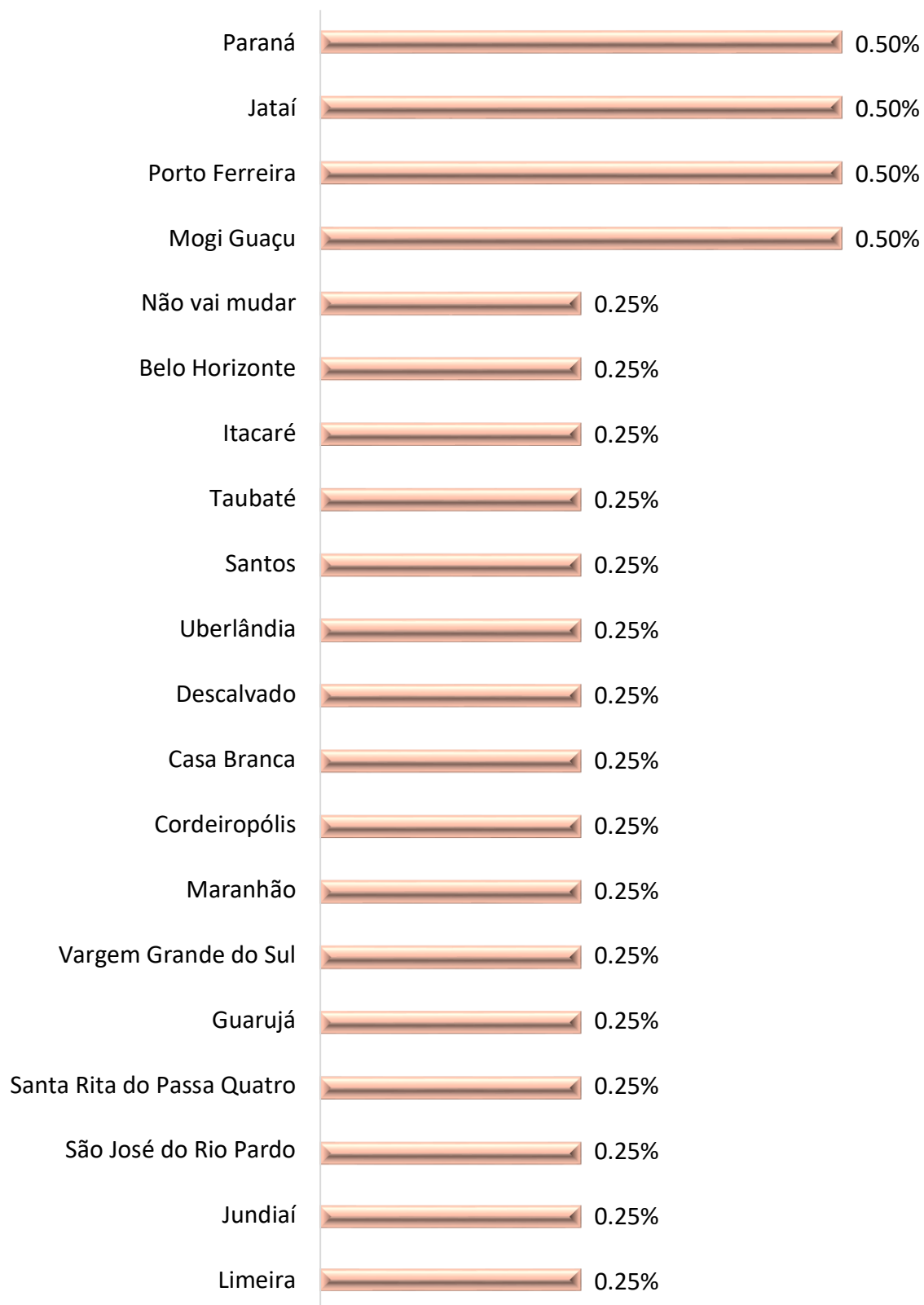


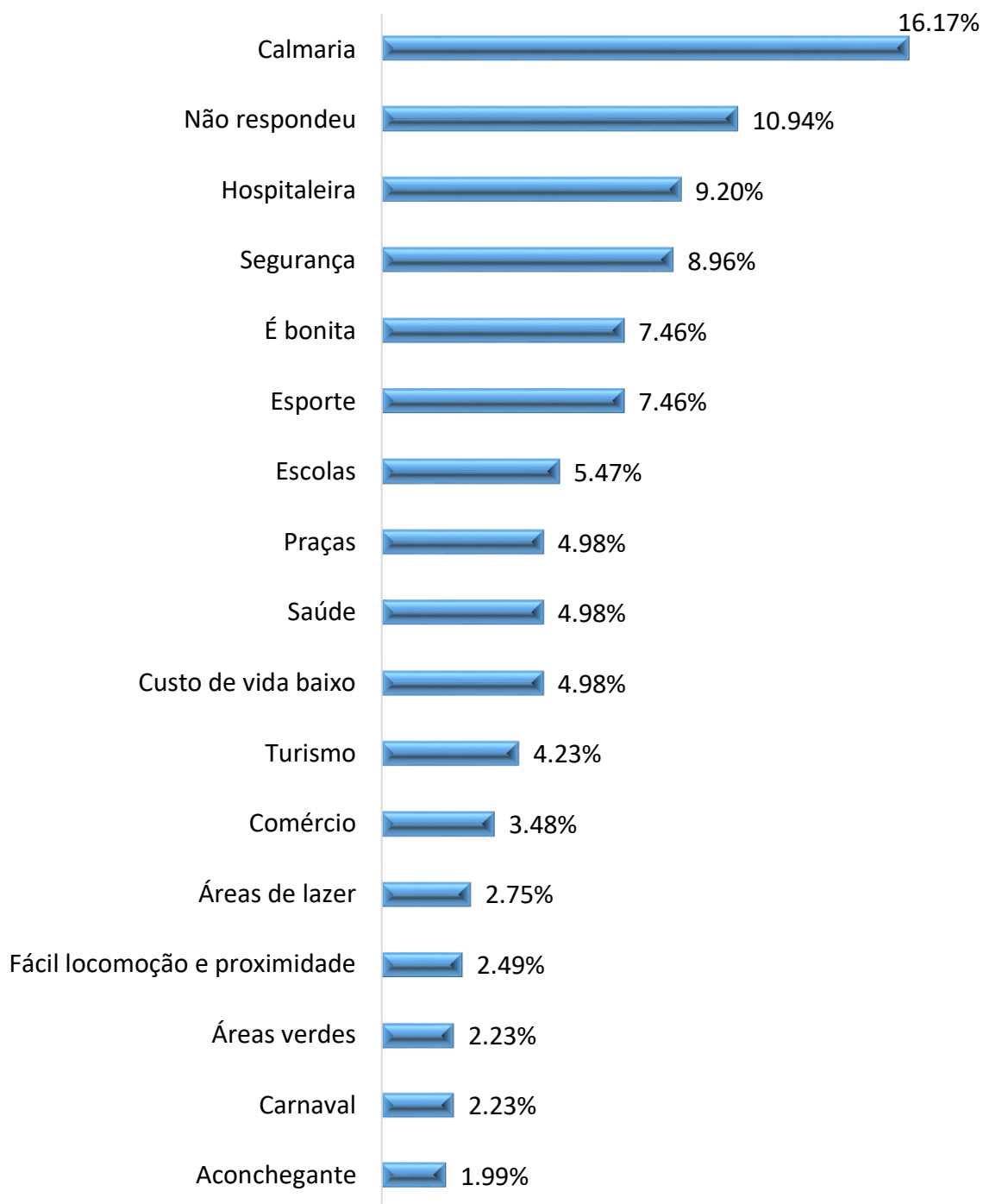
Gráfico 113 – Cite pontos que você considera **positivos** em Tambaú.

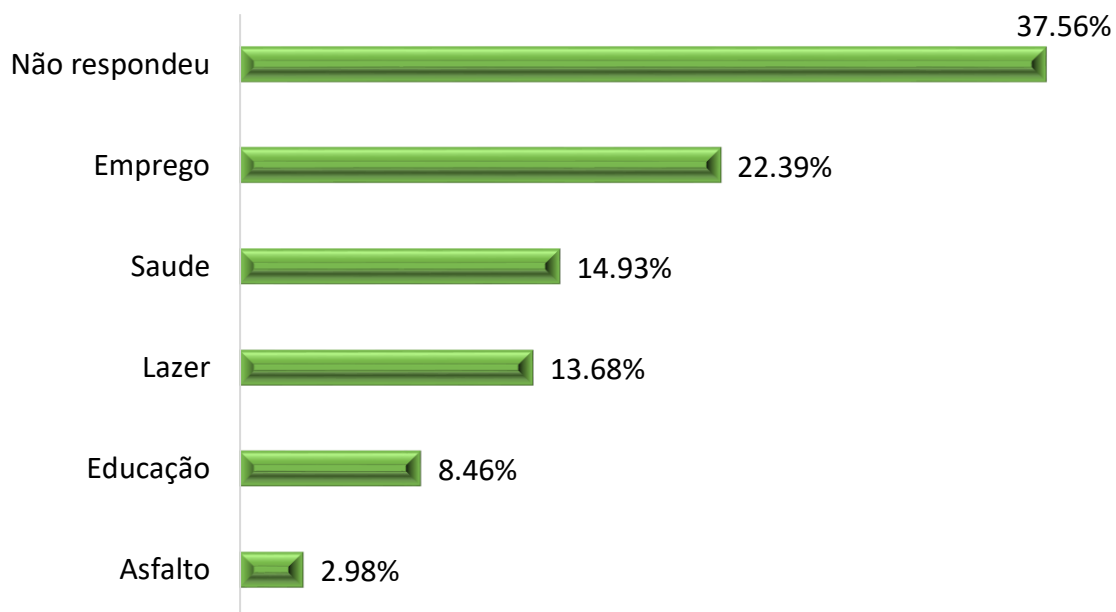
Gráfico 114 – Cite pontos que você acha que **precisa melhorar** em Tambaú.

Gráfico 115 – Em sua opinião, para que Tambaú se torne uma cidade melhor no futuro, é preciso que:

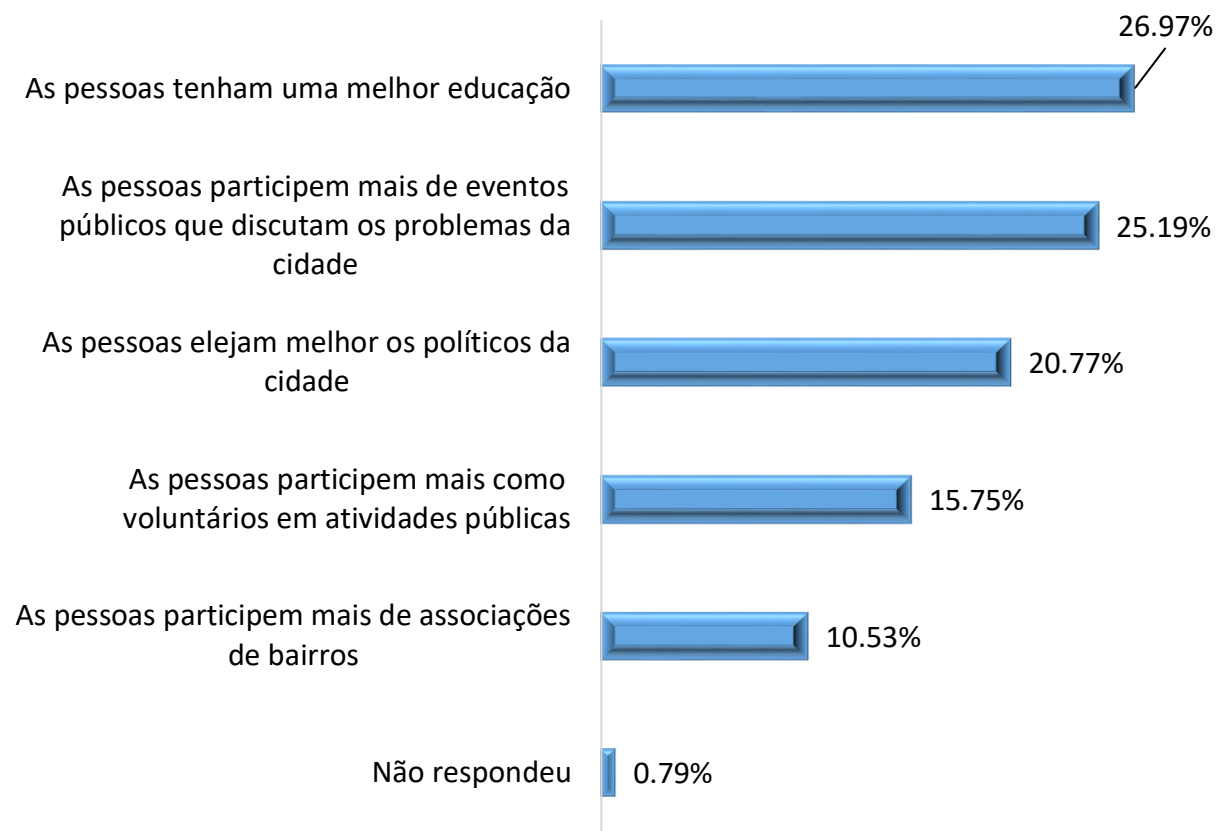


Gráfico 116 - Você faz algo para melhorar Tambaú?

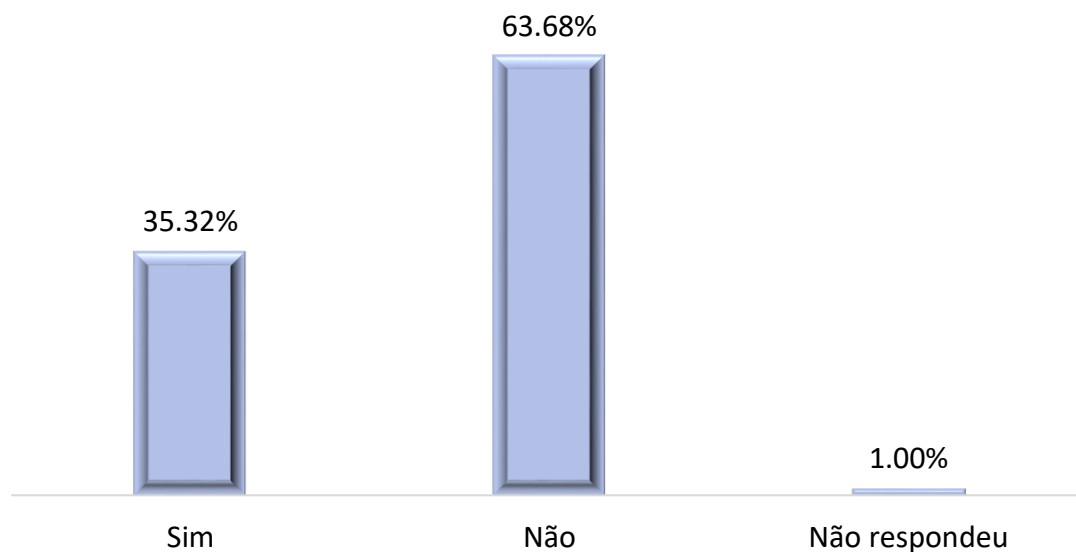


Gráfico 117 - Se você faz algo para melhorar Tambaú, o que você está fazendo?



Gráfico 118 - Se você ainda não faz algo para melhorar Tambaú, o que acha que pode fazer?

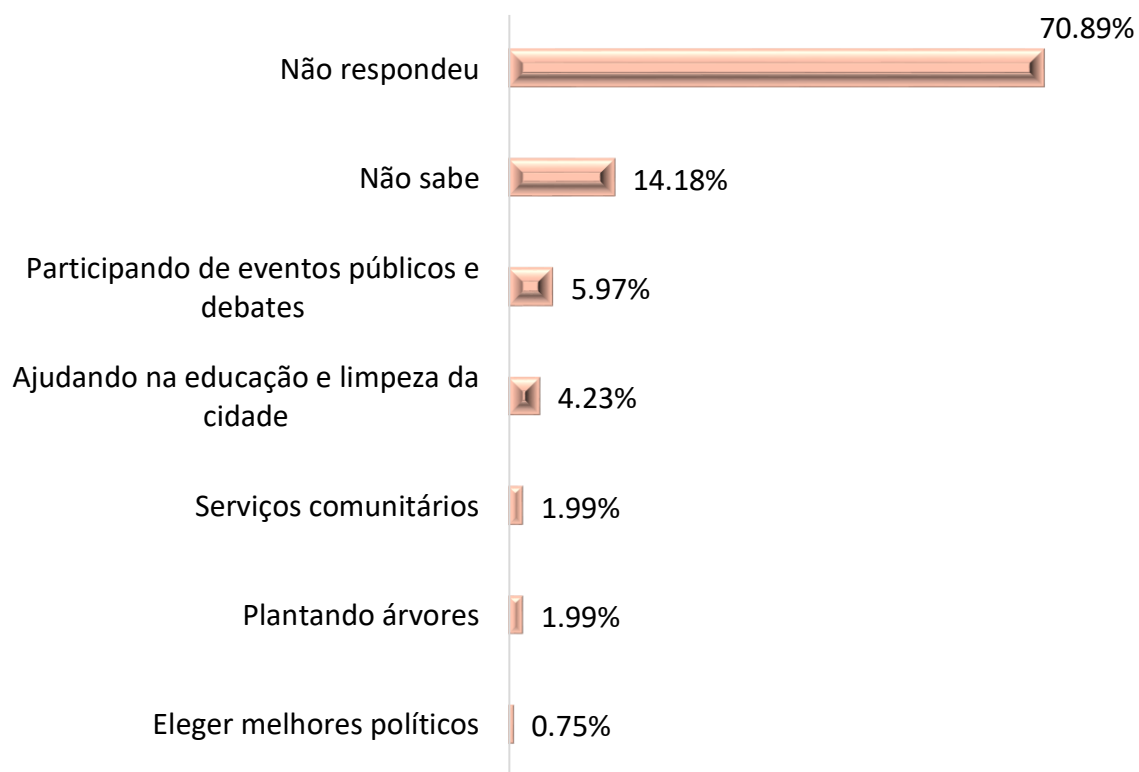


Gráfico 119 - Daqui a 10 anos, comparando com os dias atuais, de um modo geral, você acredita morar em Tambaú será:

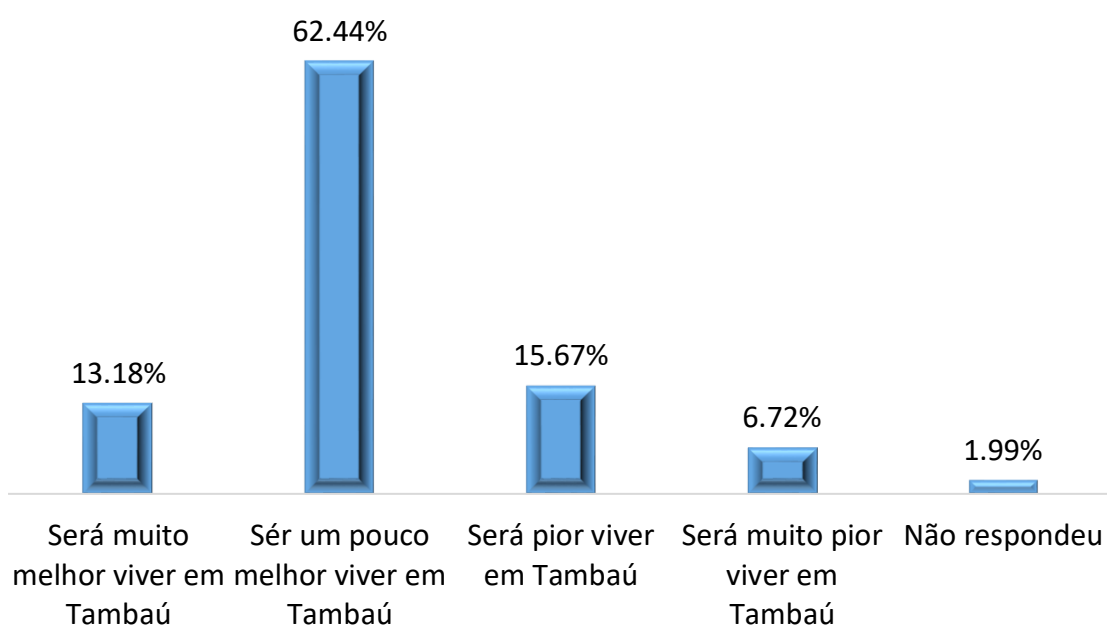


Gráfico 120 A - O que falta em Tambaú para o lazer?

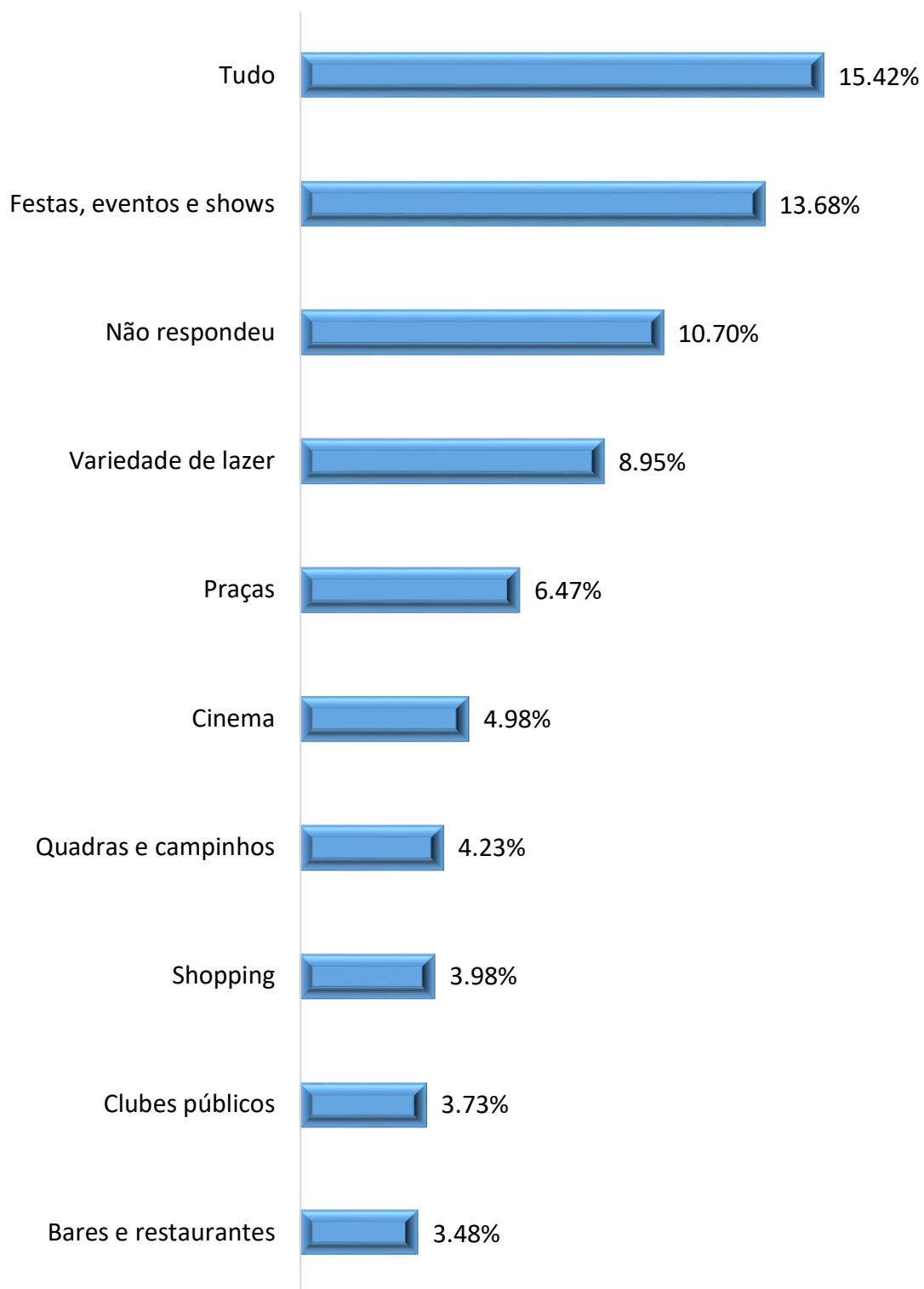
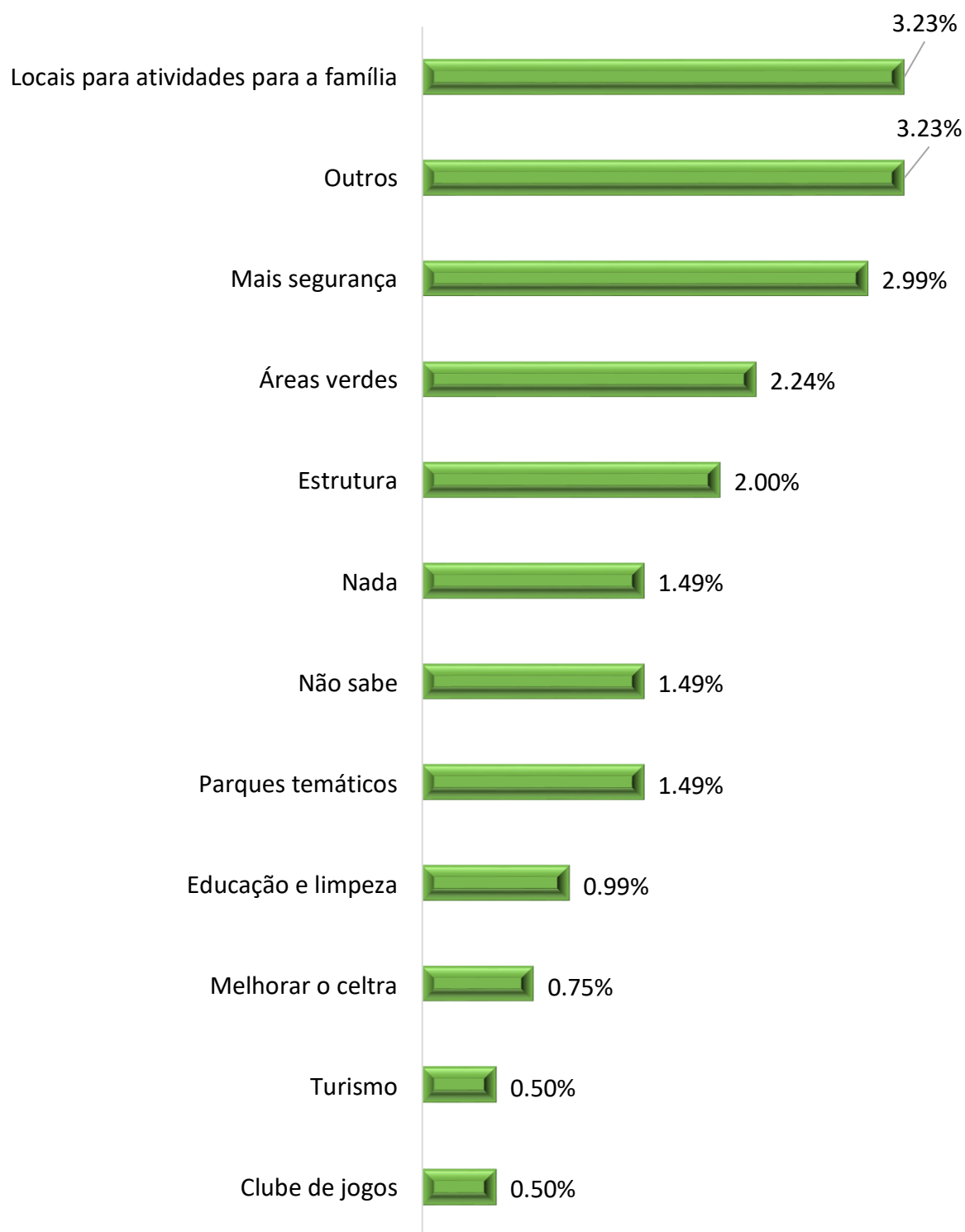


Gráfico 120 B - O que falta em Tambaú para o lazer?



O item “outros” representa projetos, Uber, arte, pesquisa, paz, internet e diversidade com 3,23%

Gráfico 121 - Você já viajou para fora da cidade?

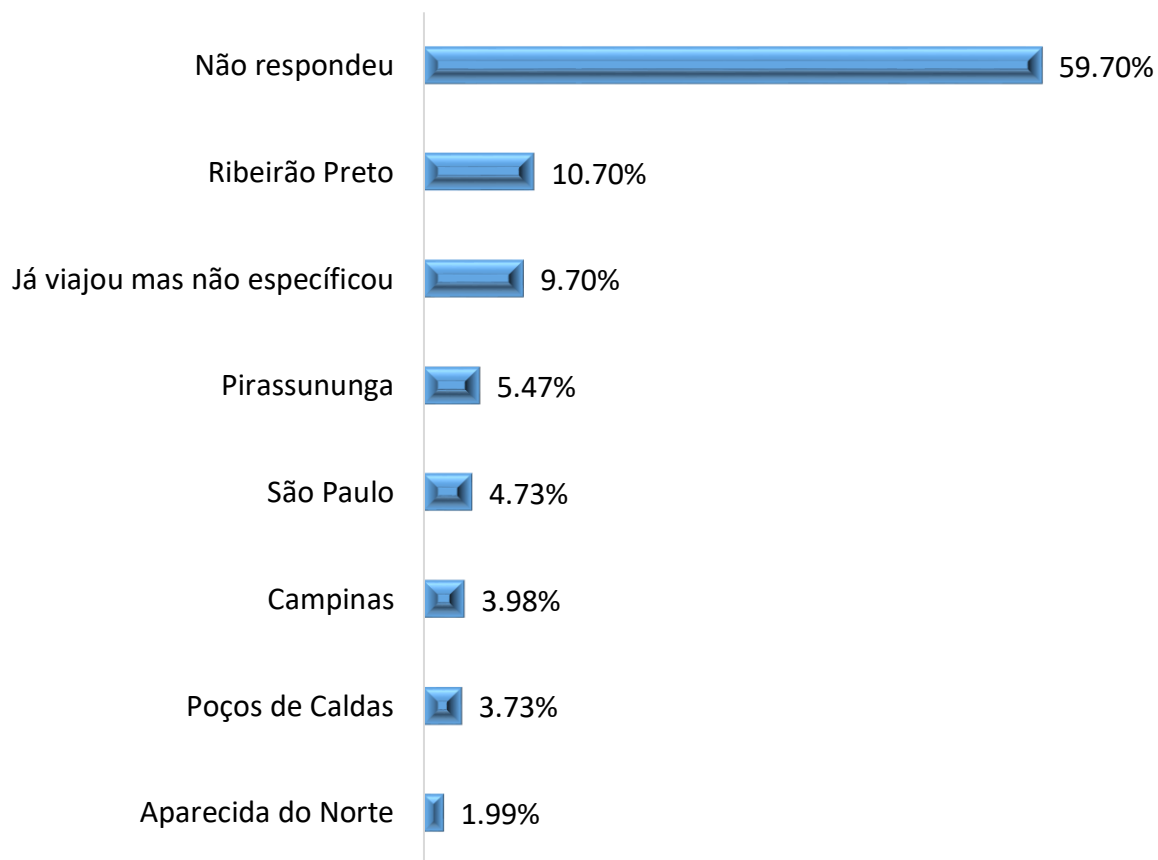
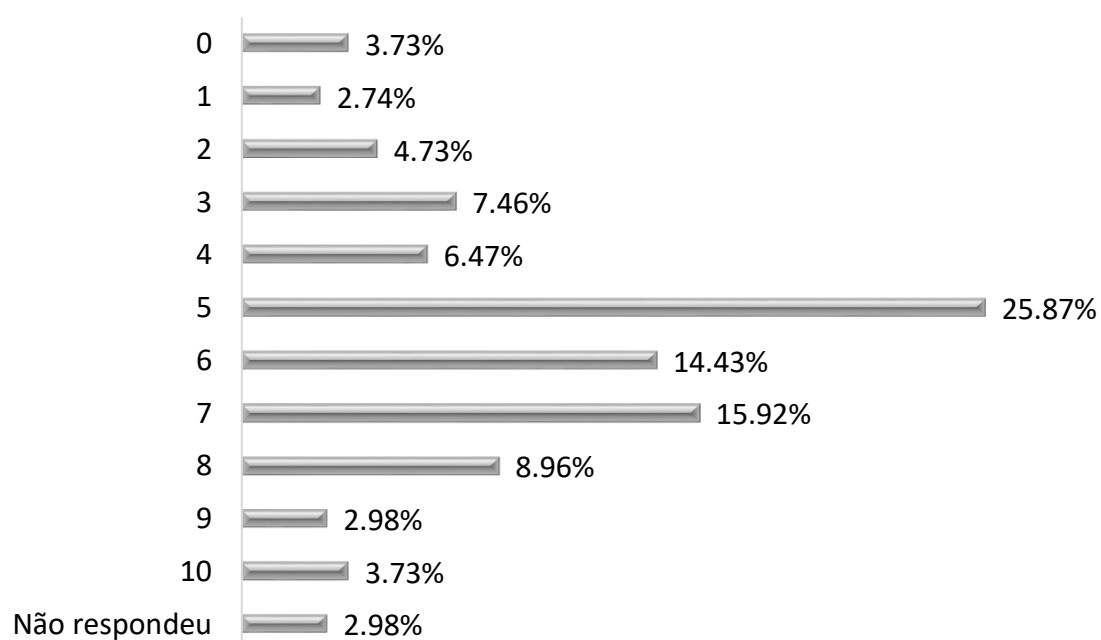
Gráfico 122 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para sua **integração** com Tambaú?

Gráfico 123 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para sua **felicidade de viver** em Tambaú?

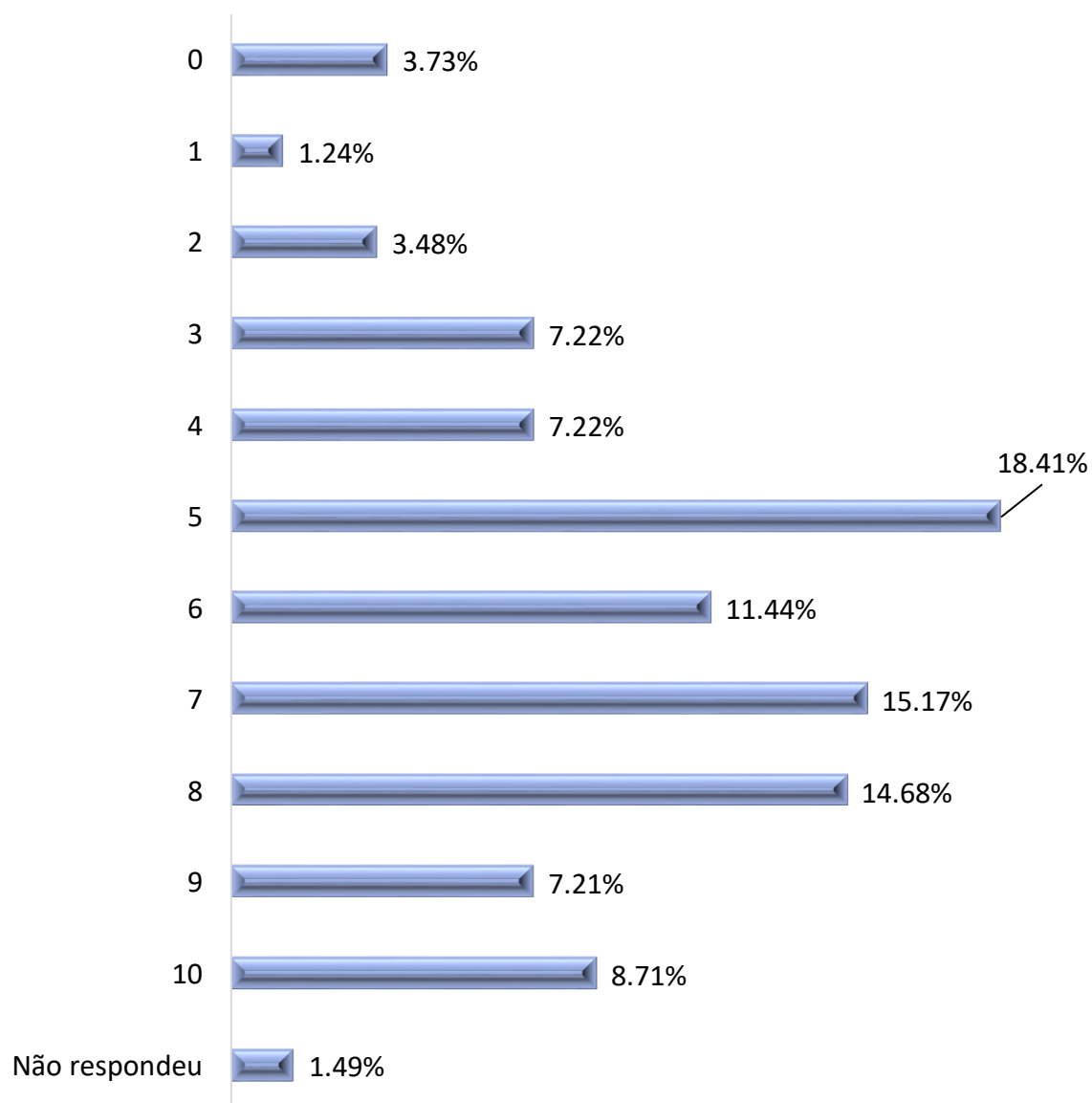
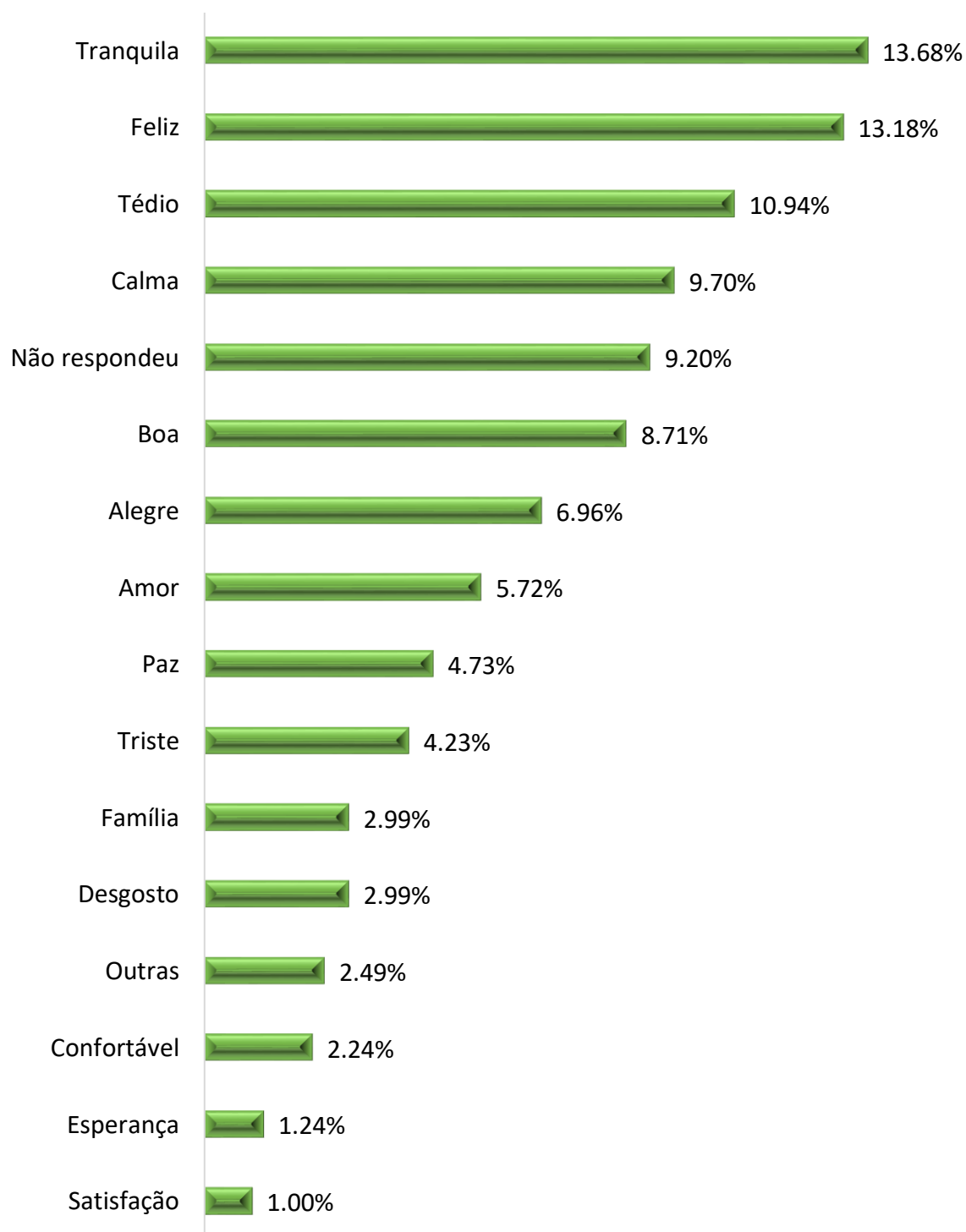


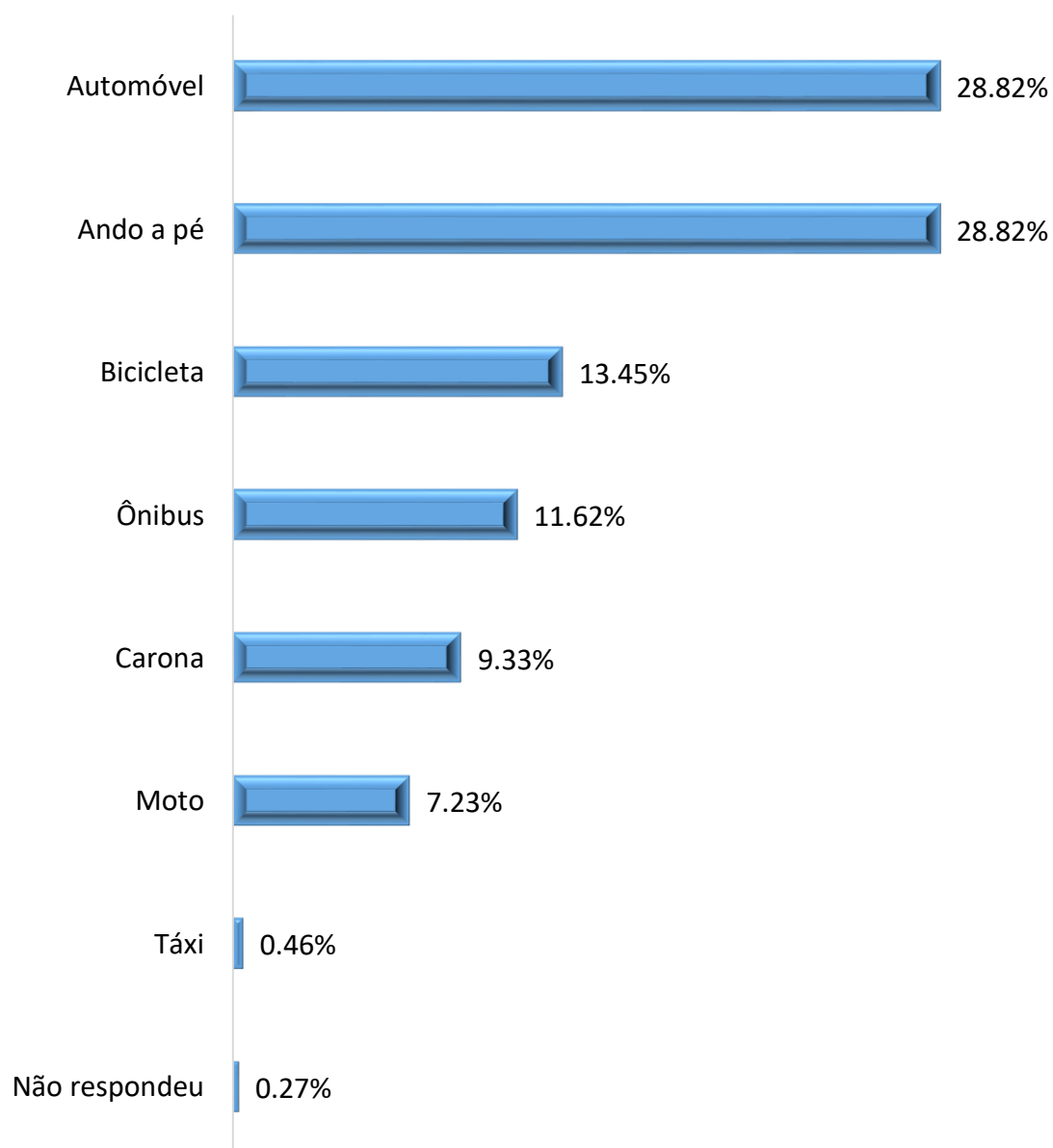
Gráfico 124 – Cite uma palavra que melhor representa a sua sensação de viver em Tambaú.



O item “outras” representa apego, ódio, angústia, vazio e tristeza com 2,49%.

4. Mobilidade

Gráfico 125 – Quais as opções de meios de transporte que você mais usa?



5. Lazer

Gráfico 126 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto, **diversão na cidade?**

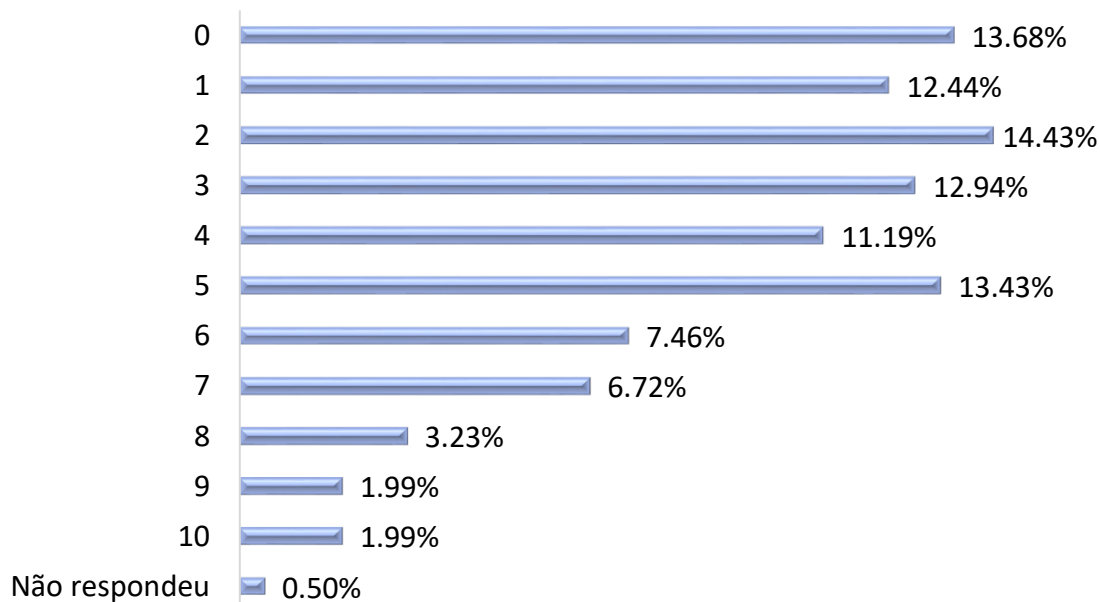


Gráfico 127 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto, **praças?**

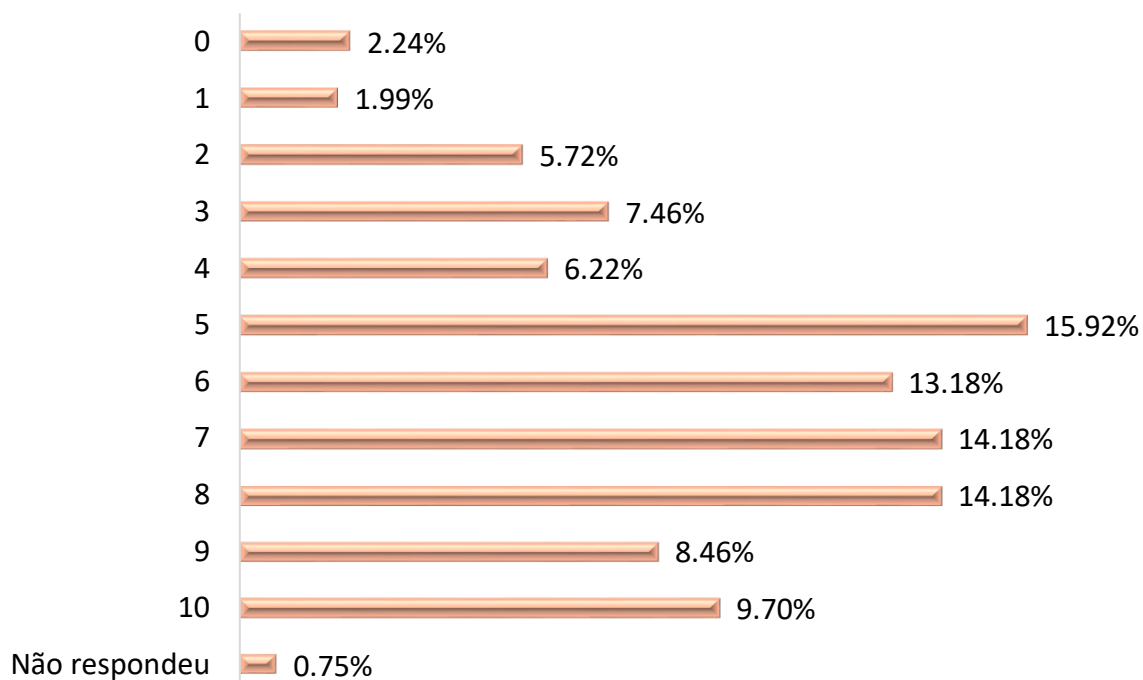


Gráfico 128 - Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para Tambaú no seguinte aspecto, **locais para realização de esportes?**

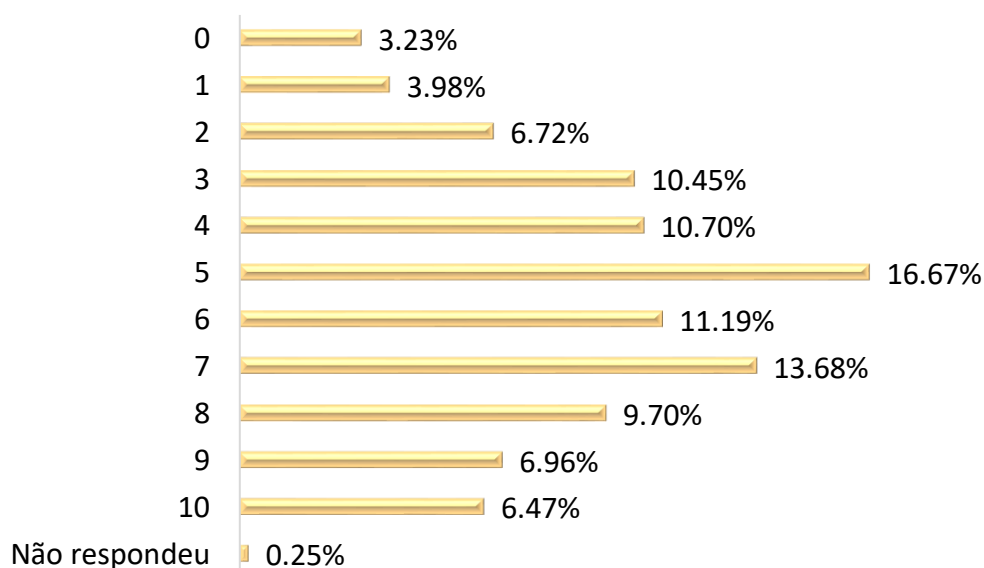
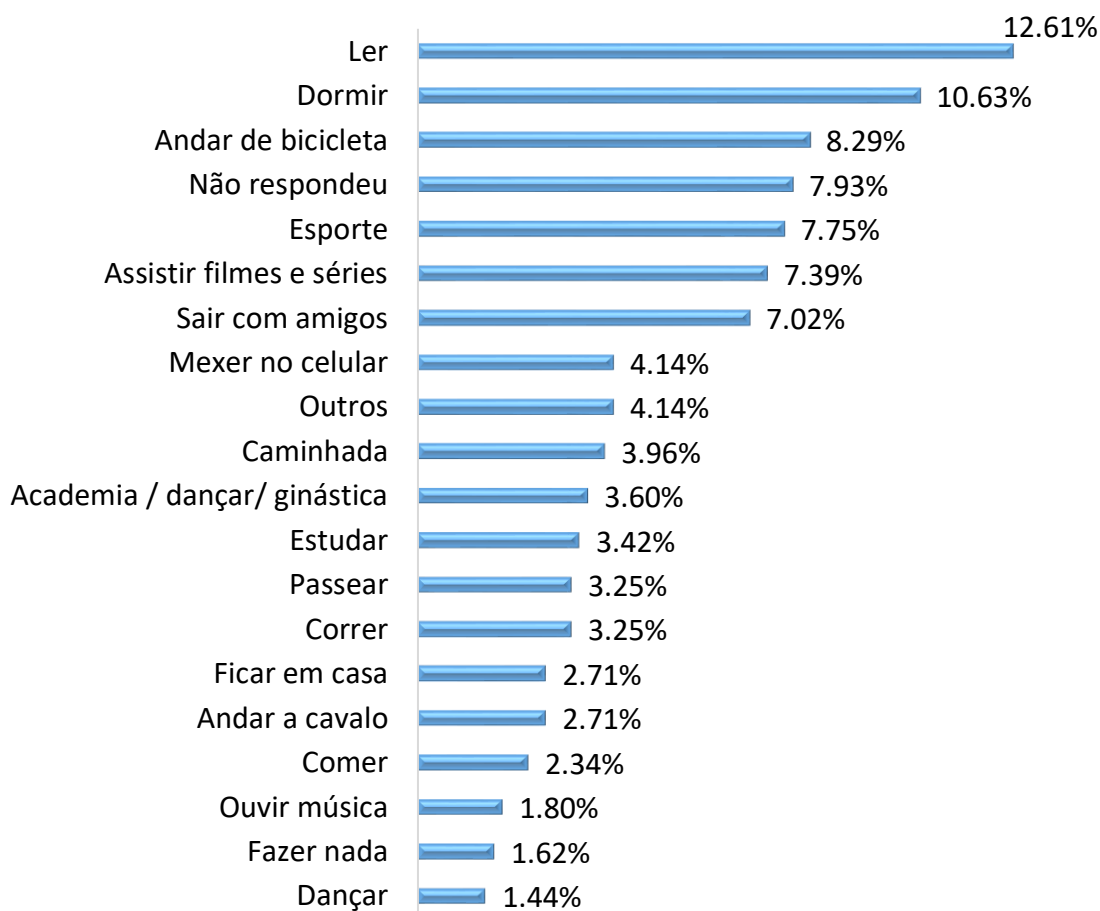


Gráfico 129 - Quais atividades que você mais gosta de fazer em seu tempo livre?



6. Formação profissional

Gráfico 130 - Você já escolheu a sua Profissão/Carreira?

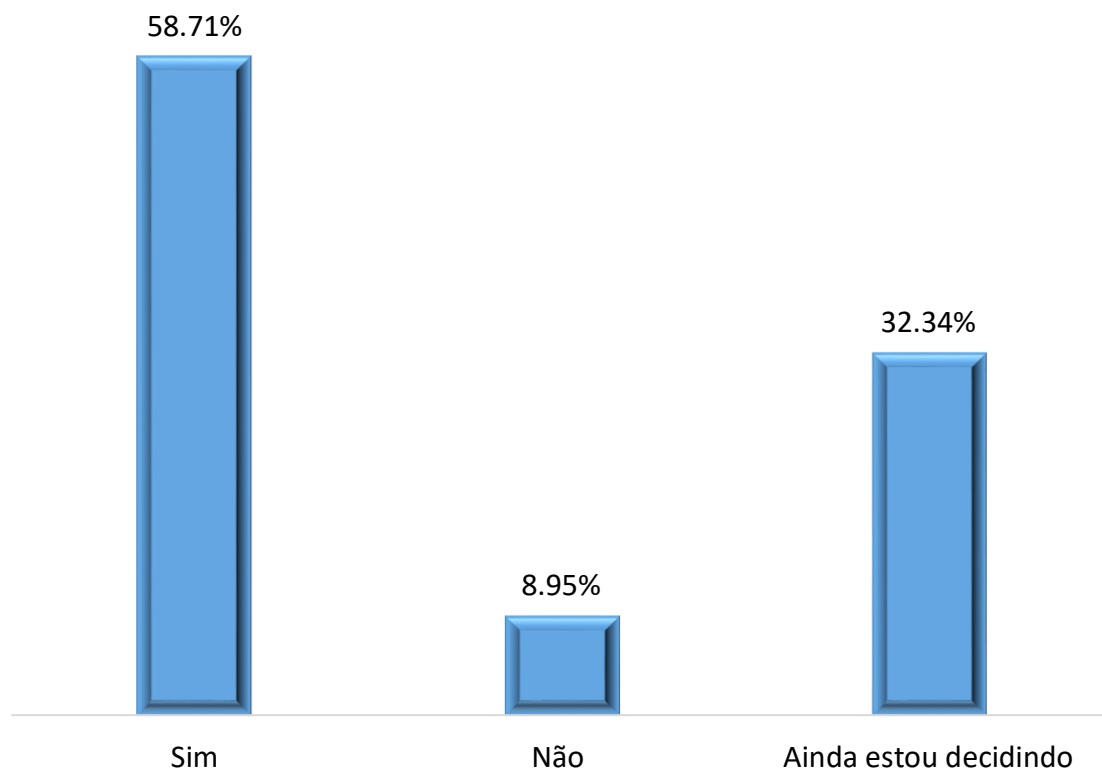
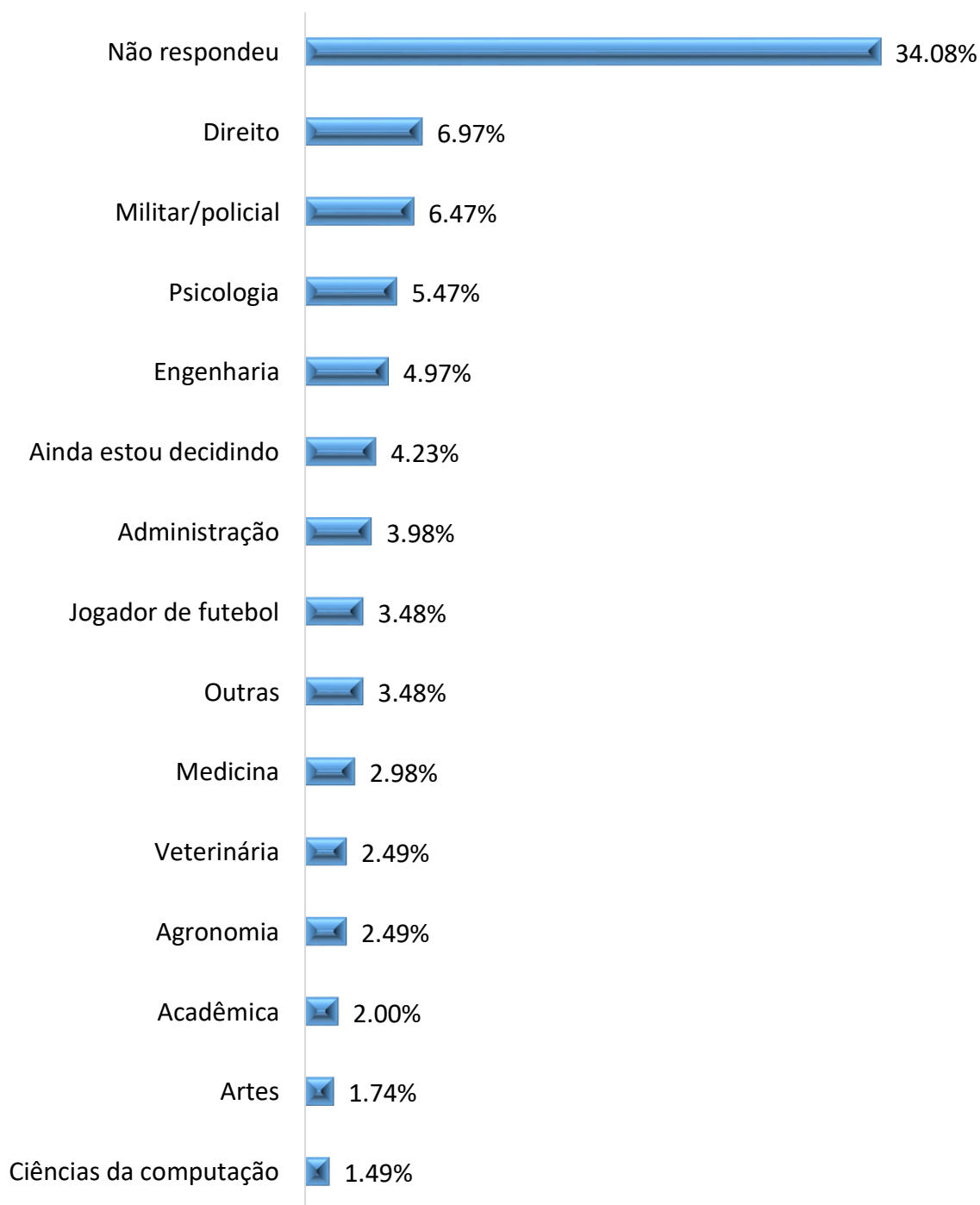


Gráfico 131 A – Se você já escolheu a sua profissão/carreira, qual é?



O item “outras” representa profissões como, tratorista, contador, youtuber, manutenção, manicure, geologia, bombeiro, necropsia, economista, interprete, editor, fotografo, modelo e piloto com 3,49%.

Gráfico 131 B – Se você já escolheu a sua profissão/carreira, qual é?

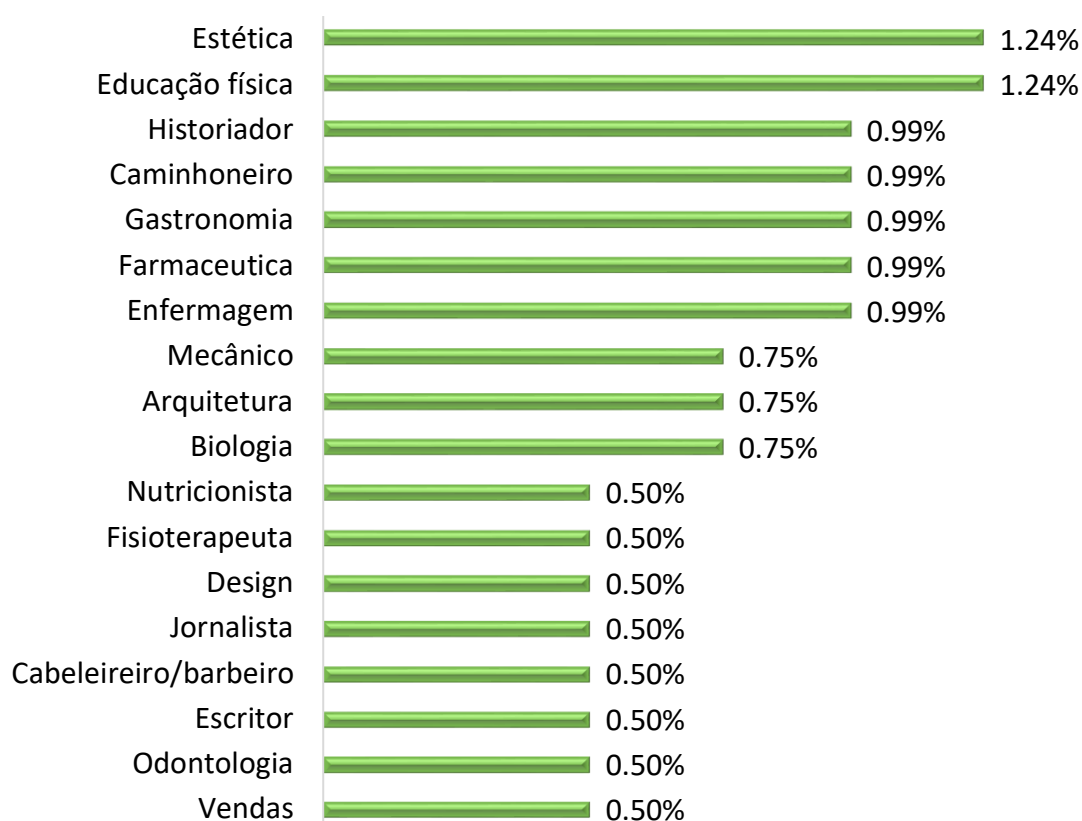
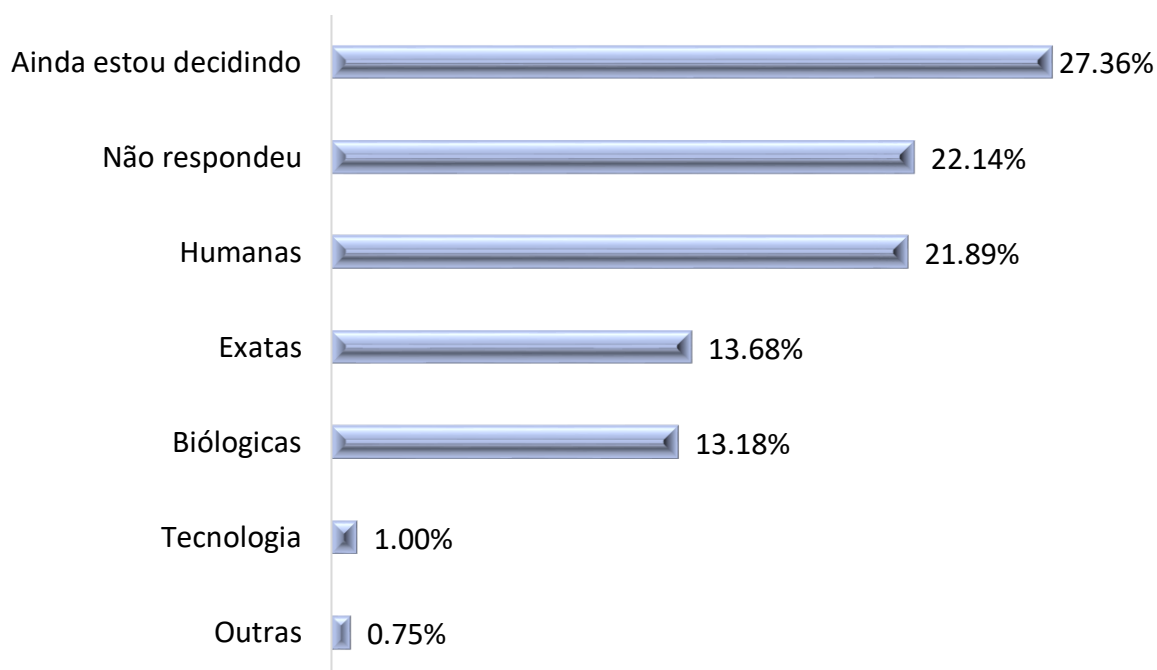


Gráfico 132 – Se você não escolheu a sua profissão/carreira, qual é a área?



O item “outras” representa áreas como esporte e internet com 0,75%

Gráfico 133 - Por que você escolheu essa carreira?

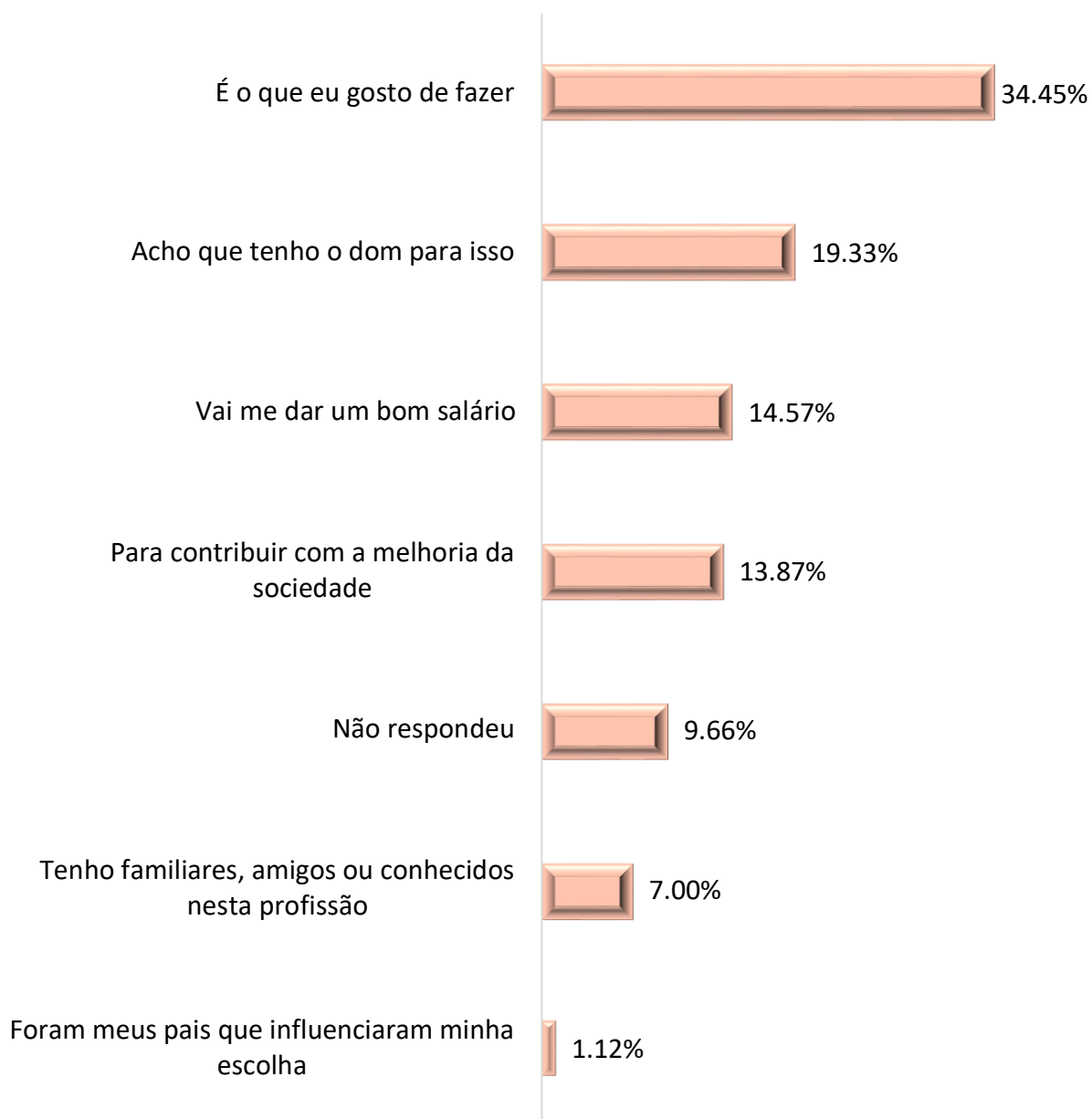
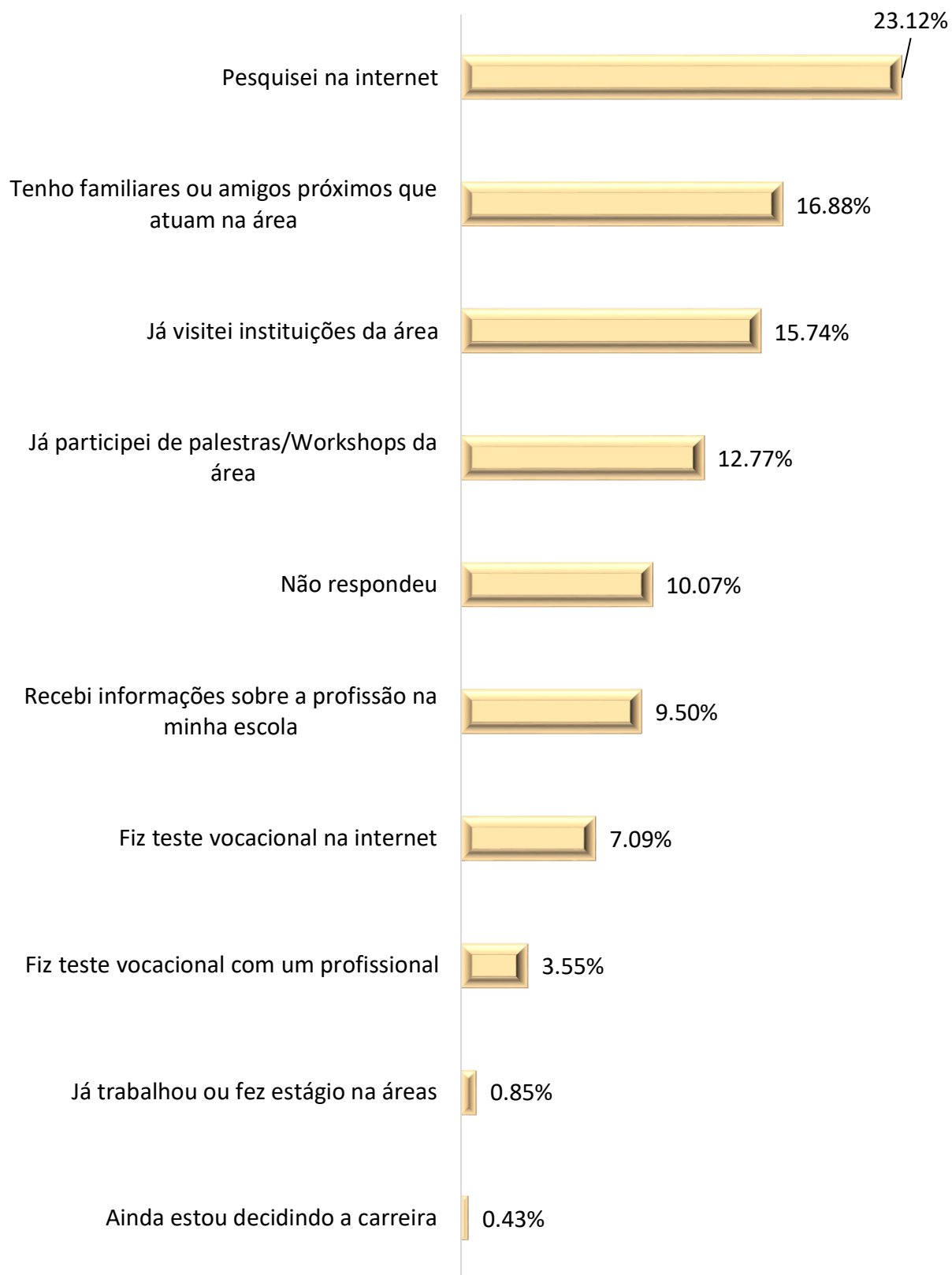


Gráfico 134 - Qual contato você já teve com a carreira?



7. Trabalho e renda

Gráfico 135 - Em relação à Trabalho, você:

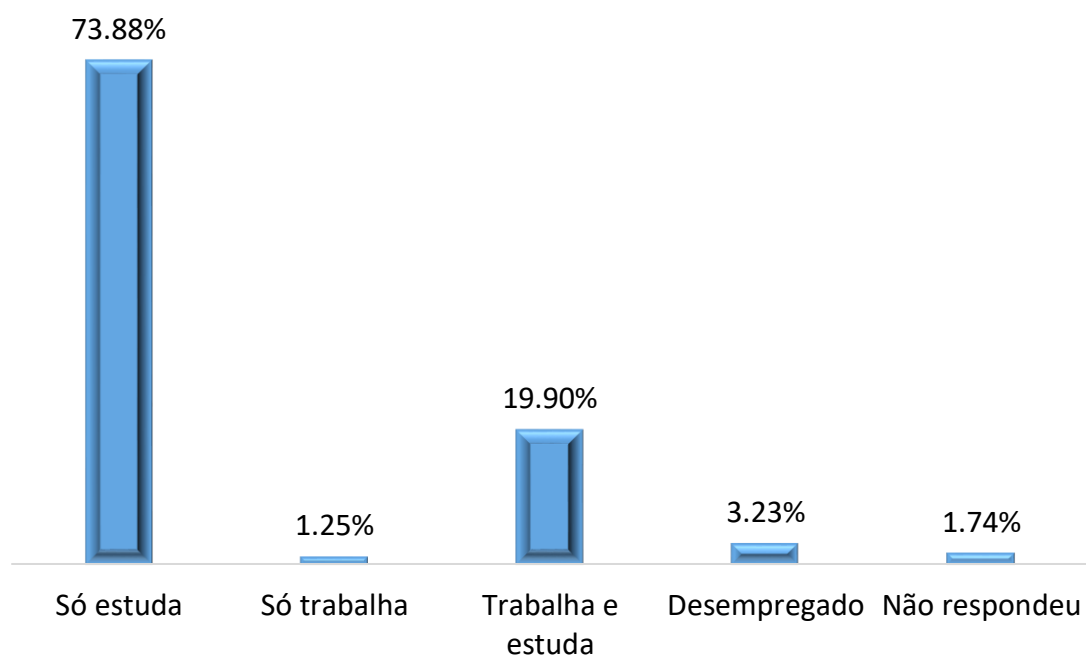


Gráfico 136 - Se você trabalha, qual a atividade?

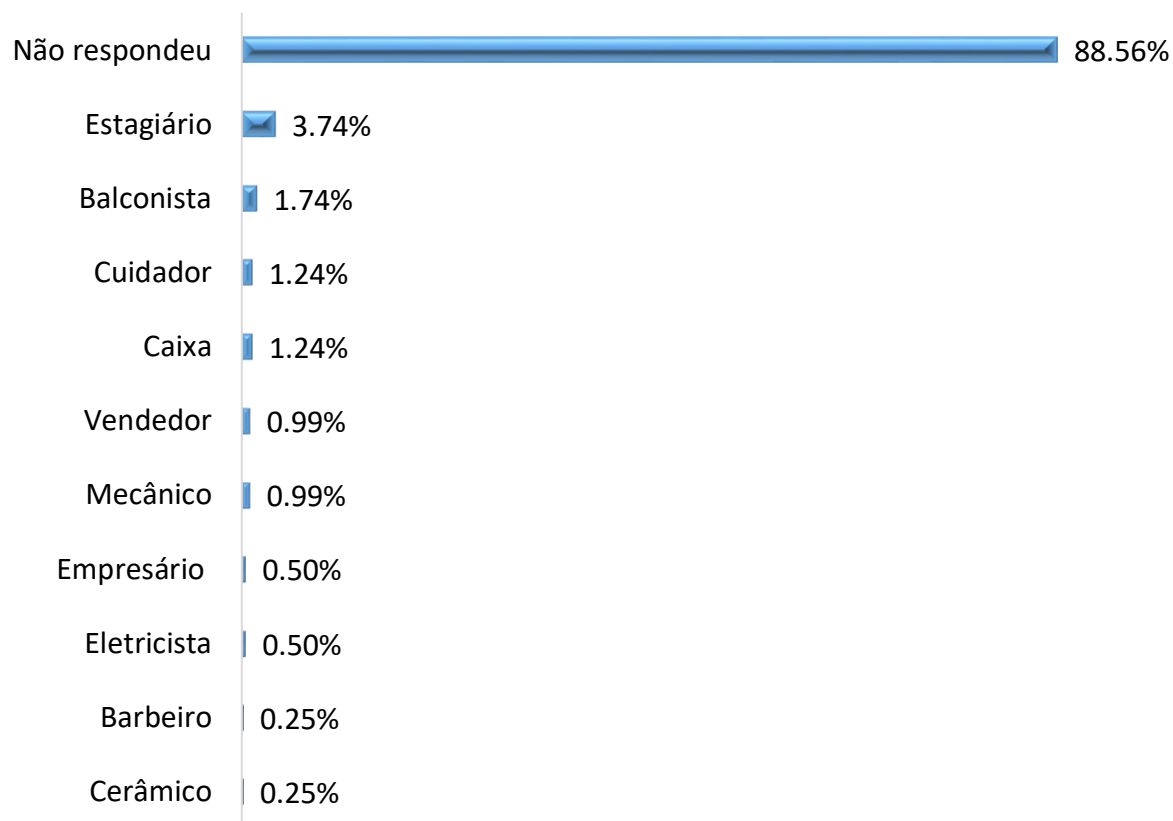


Gráfico 137 - Qual a sua jornada trabalhista?

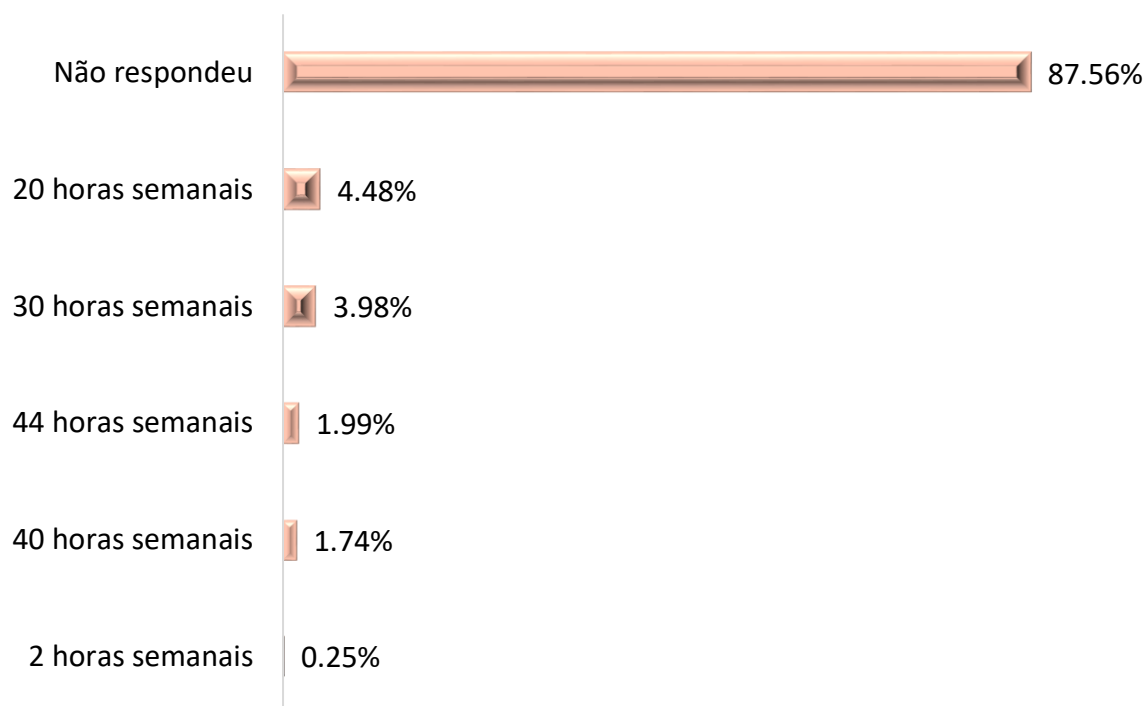


Gráfico 138 - Qual é o valor do seu salário?

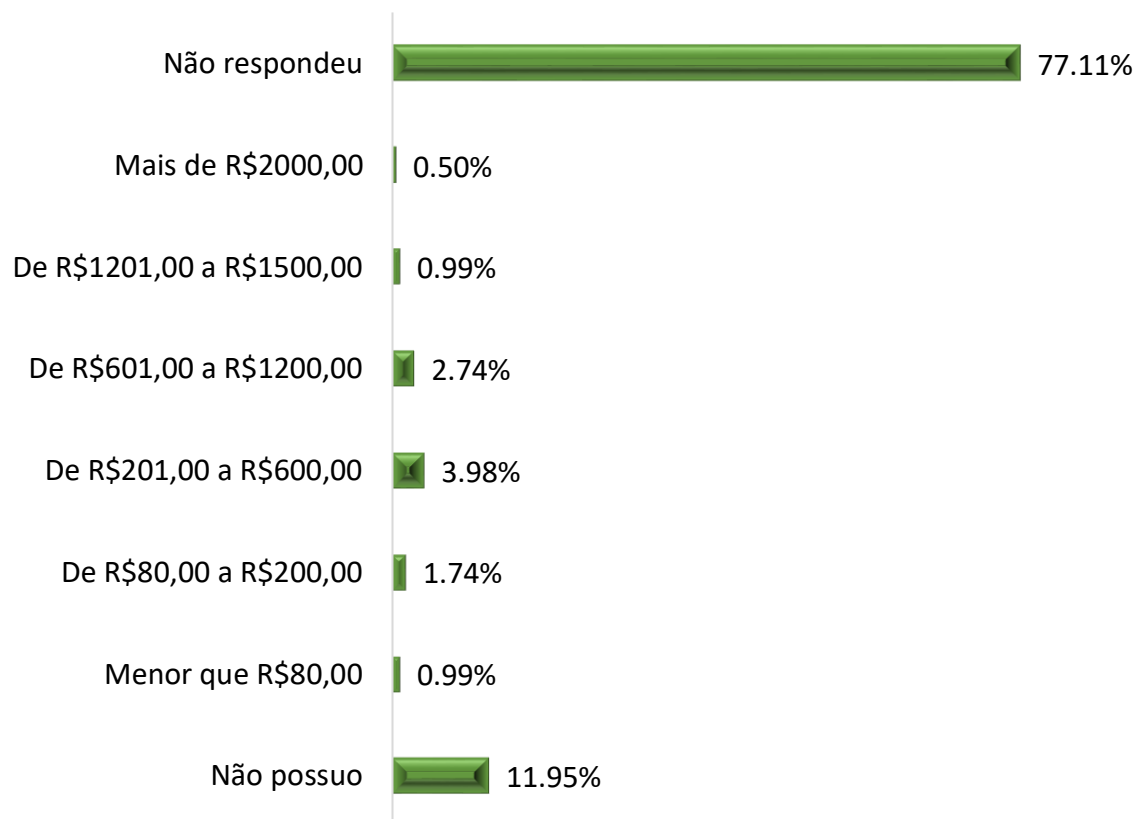


Gráfico 139 - Você é registrado (a)?

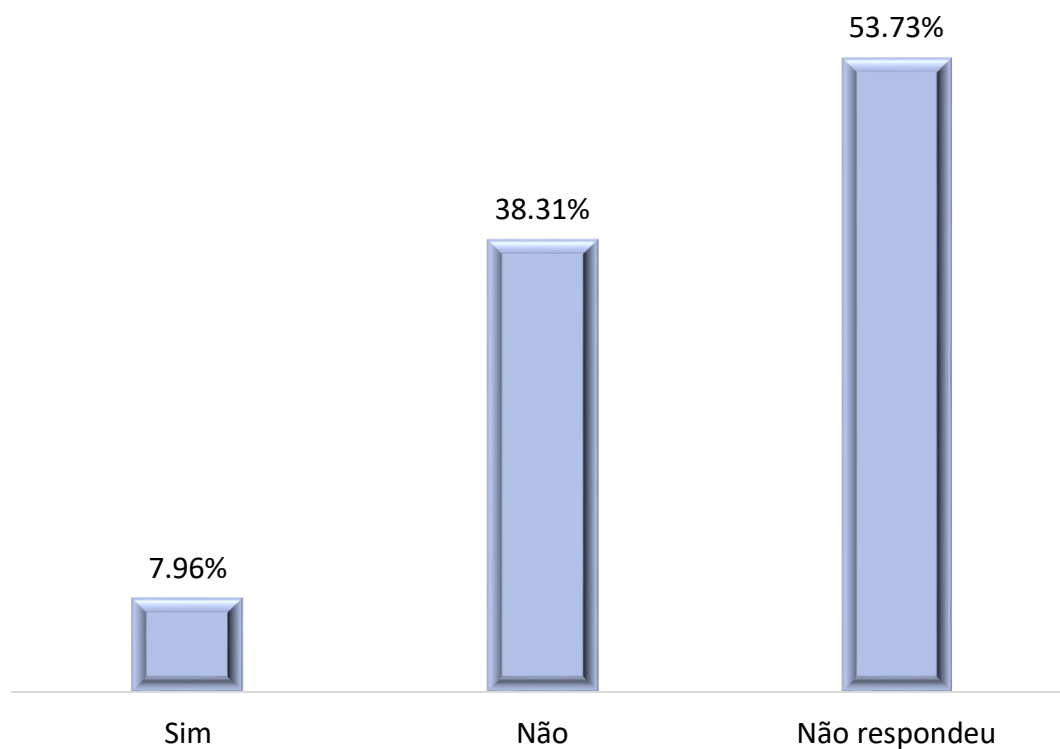


Gráfico 140 - Você gosta do trabalho que realiza?

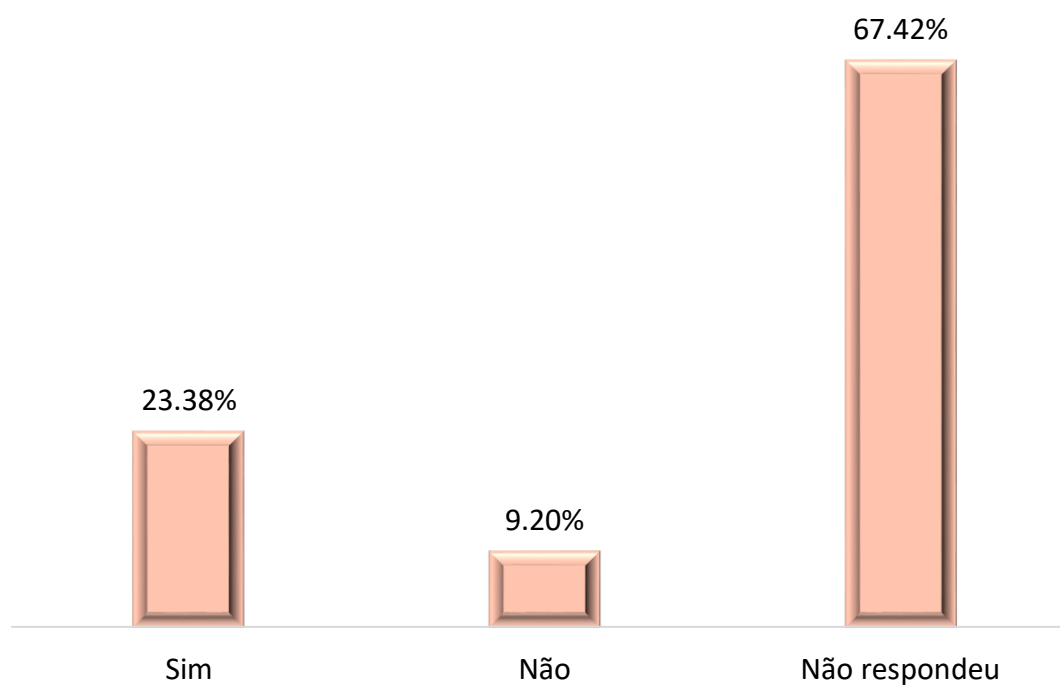
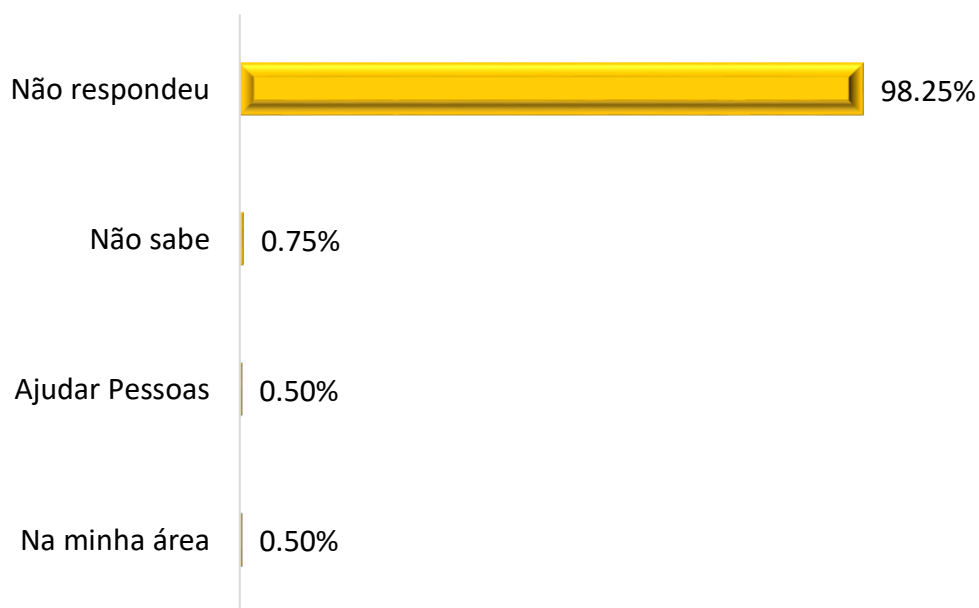


Gráfico 141 - Qual atividade você gostaria de realizar em seu trabalho?



8. Considerações finais

O conjunto das respostas apresentadas nesse relatório contribui para que diferentes abordagens, possibilite um entendimento um pouco melhor sobre os jovens, o que eles realmente desejam e anseiam da cidade onde moram, e com isso orientar a construção de políticas públicas para a realização pessoal e profissional da juventude, tornando assim a cidade de Tambaú um lugar onde os jovens queiram ficar e constituir sua família.

Precisa-se de políticas públicas que atendam aos jovens de todas as classes sociais, mas acima de tudo, é necessário cuidar do jovem no sentido de evitar que ele se desloque para a margem da sociedade e presencie um alto nível de exclusão social através da baixa escolaridade, ou baixa qualidade educacional, altos índices de desemprego e violência, que são gerados desde a infância através da ausência e/ou ineficácia dos aparatos públicos como creches, postos de saúde, escolas, áreas de estímulo à cultura, esporte etc.

Os gestores públicos estão sendo obrigadas a incluir questões relacionadas à juventude, de forma mais incisiva, já que os jovens são os mais atingidos pelas transformações no mundo nos aspectos sociais.

O universo do jovem é muito complexo, e compreende múltiplas características distintas que podem variar de acordo com os aspectos sociais, culturais, econômicos e territoriais.

Num mundo onde os meios de comunicação possibilitam uma visão ampliada trazendo valores dos mais diversos possíveis aos jovens, tornou-se necessário educá-los por meio de valores comuns, universais.

Por tudo isso é fundamental que o Jovem tambauense seja considerado e suas observações, sugestões e carências atendidas na construção do Tambaú 2050.



COMÉRCIO

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

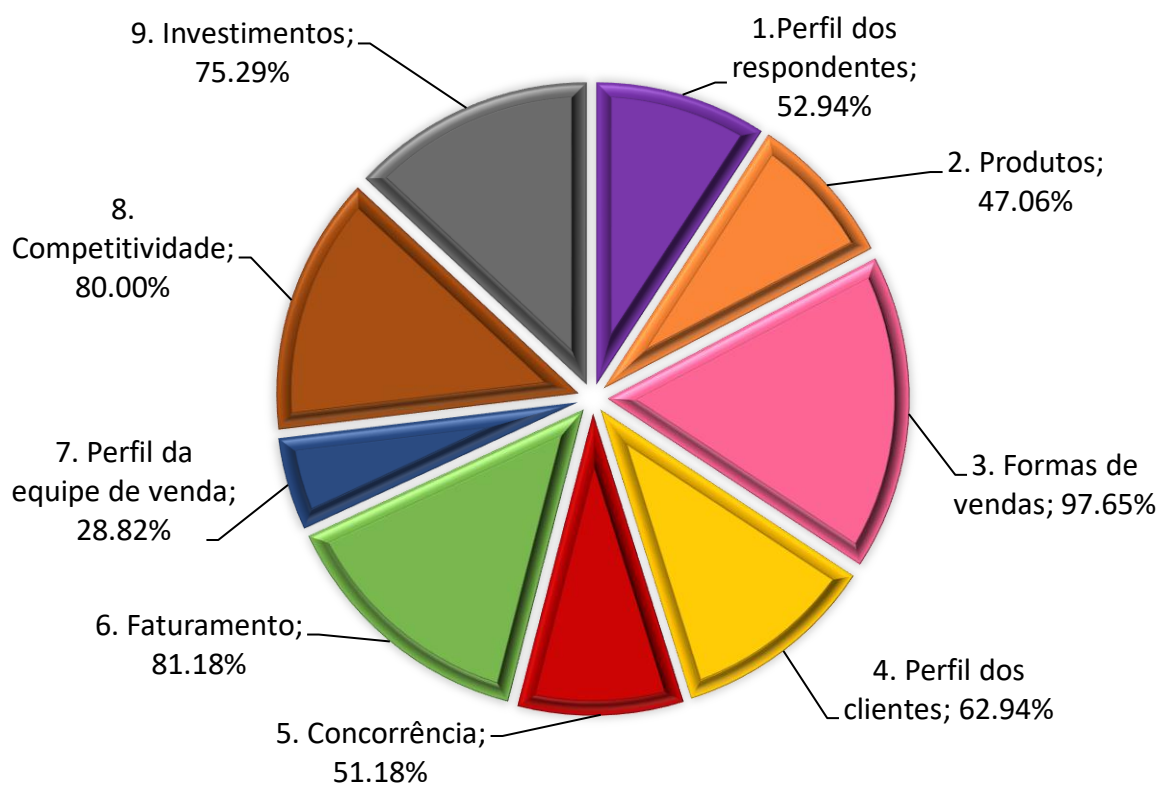
1. Quadro geral de respostas

A tabela 09 e gráfico 142 representam o número de respondentes e o correspondente percentual. Ressalta-se o tema “Formas de vendas” que teve a maior participação de respostas com 97,65%, o que pode significar a maior preocupação dos comerciantes neste momento. E em seguida pode-se ver que “Faturamento” é a segunda maior preocupação, seguida de “Competitividade”, “Investimentos”, “Perfil dos clientes”, “Concorrência”, “Produtos” e “Perfil da equipe de venda”. O “Perfil dos respondentes” não está sendo levado em consideração aqui como uma preocupação dos comerciantes, uma vez que está ligado às características desta amostra. No total foram 170 respondentes. Não houve resposta desconsiderada.

Tabela 09 – Percentual de Participantes dos Temas.

Temas	No. de municípios que participaram	Porcentagem de municípios que participaram
1. Perfil dos respondentes	90	52,94%
2. Produtos	80	47,06%
3. Formas de vendas	166	97,65%
4. Perfil dos clientes	107	62,94%
5. Concorrência	87	51,18%
6. Faturamento	138	81,18%
7. Perfil da equipe de venda	49	28,82%
8. Competitividade	136	80,00%
9. Investimentos	128	75,29%

Gráfico 142 – Percentual de Participantes dos Temas.



2. Perfil dos respondentes

Gráfico 143 – Ano de fundação da sua empresa:

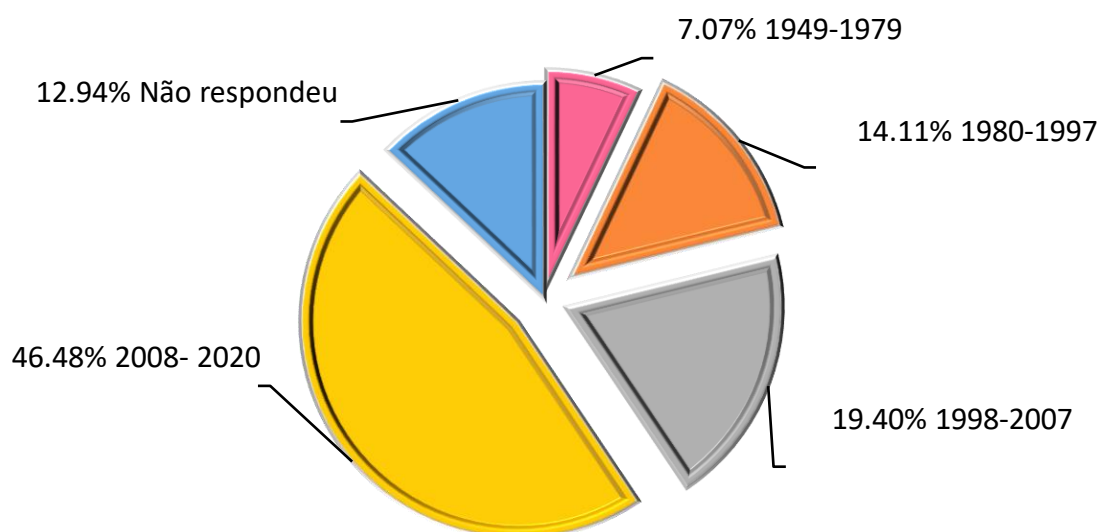


Tabela 10 - Classificação CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) da sua empresa:

Comércio varejista de artigos do vestuário	1,76%	Fabricação de produtos de padaria	0,59%
Lanchonetes, casas de chá, de sucos	1,76%	Higiene e embelezamento de animais	0,59%
Comércio varejista de outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,18%	Comércio varejista de bebidas	0,59%
Comércio varejista de artigos de papelaria	0,59%	Atividades paisagísticas	0,59%
Comércio de materiais de construção	0,59%	Comércio varejista de bicicletas	0,59%
Comércio de medicamentos veterinário	0,59%	Bares e outros estabelecimentos	0,59%
Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso agropecuário;	0,59%	Comércio varejista de suvenires	0,59%
Comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,59%	Comércio varejista de animais vivos	0,59%
Reparação e manutenção de computadores	0,59%	Confecção de roupas íntimas	0,59%
Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	0,59%	Outros	0,59%

Não respondeu 85,29%

Gráfico 144 – Capital Social (R\$) da sua empresa:

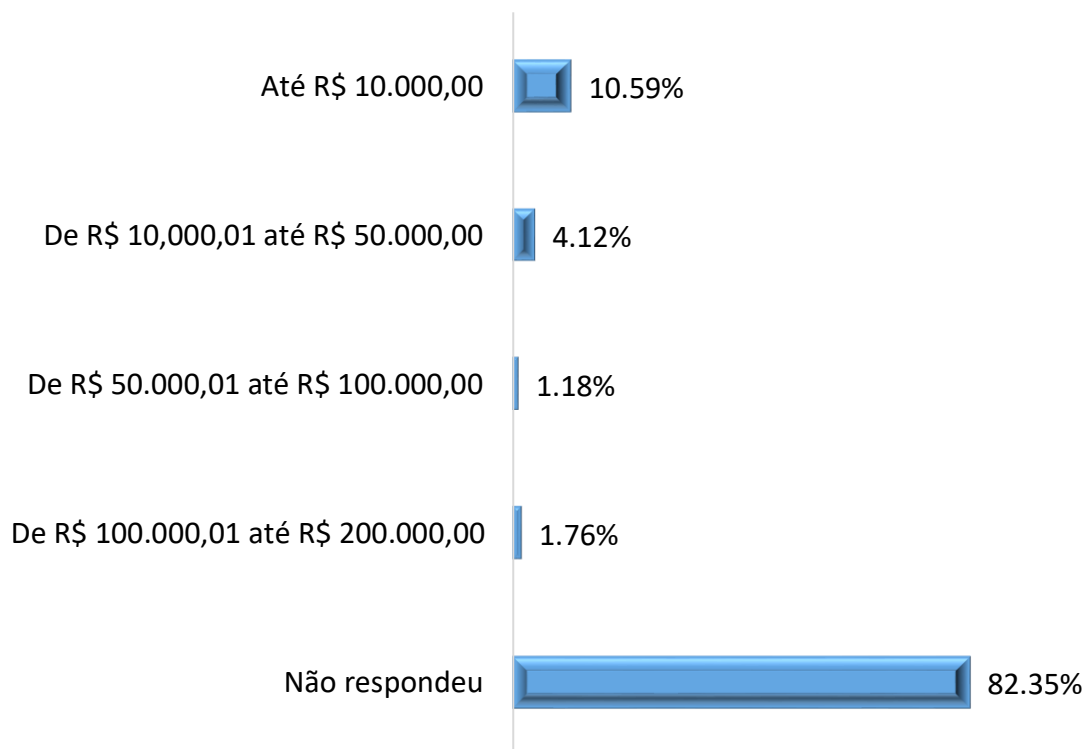


Gráfico 145 - Número de Sócio (s) da sua empresa:



Gráfico 146 - Qual a Origem do Capital (R\$), podendo ser Nacional e Estrangeiro da sua empresa?

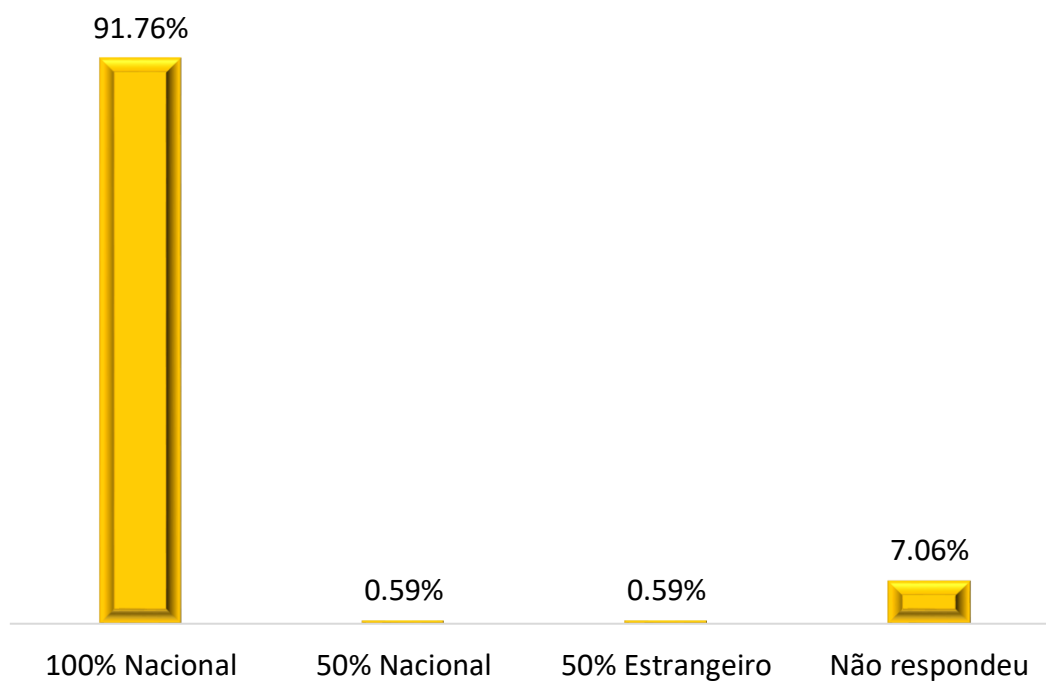


Gráfico 147 - Qual o tipo da sua empresa?

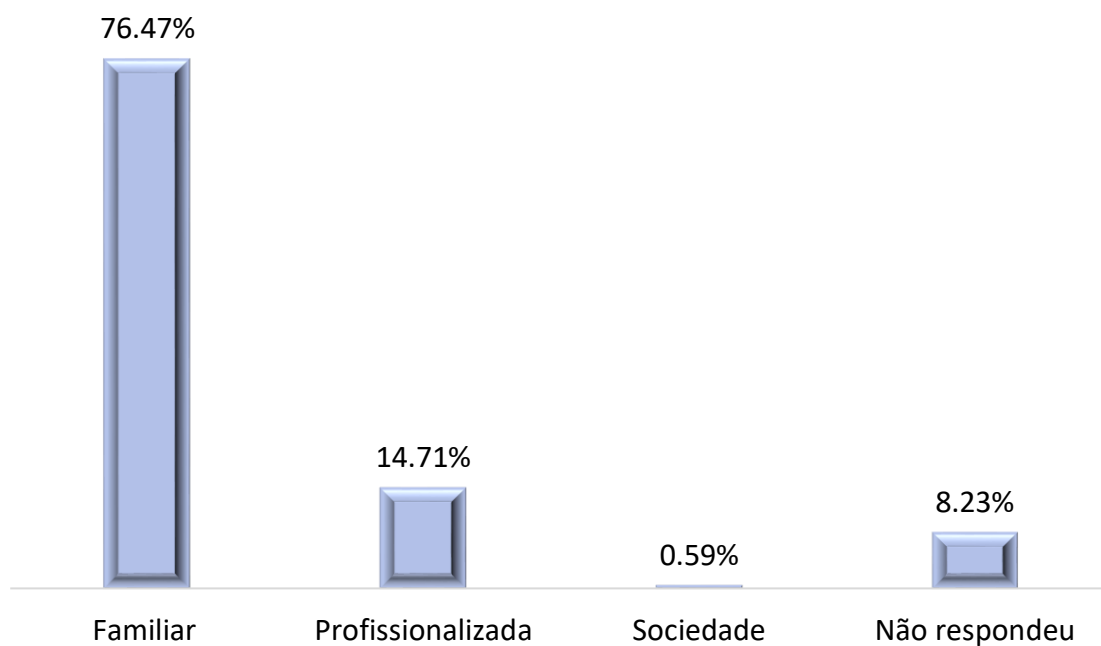
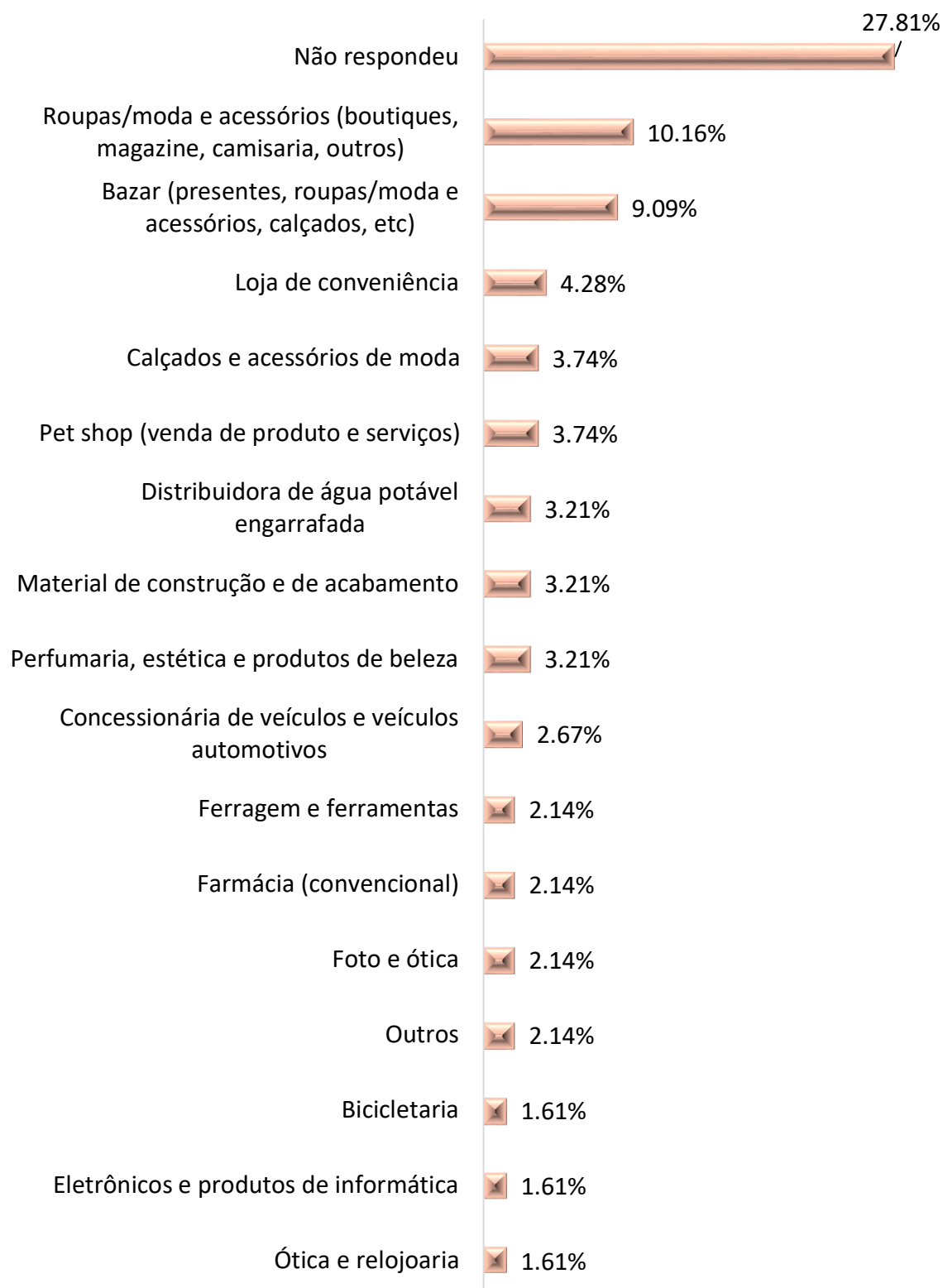


Gráfico 148 A - Indique o tipo de negócio de seu estabelecimento:



O item “outros” representa estabelecimento financeiro, venda de descartáveis, equipamentos para reflorestamento e lojas de E.P.I.

Gráfico 148 B - Indique o tipo de negócio de seu estabelecimento:

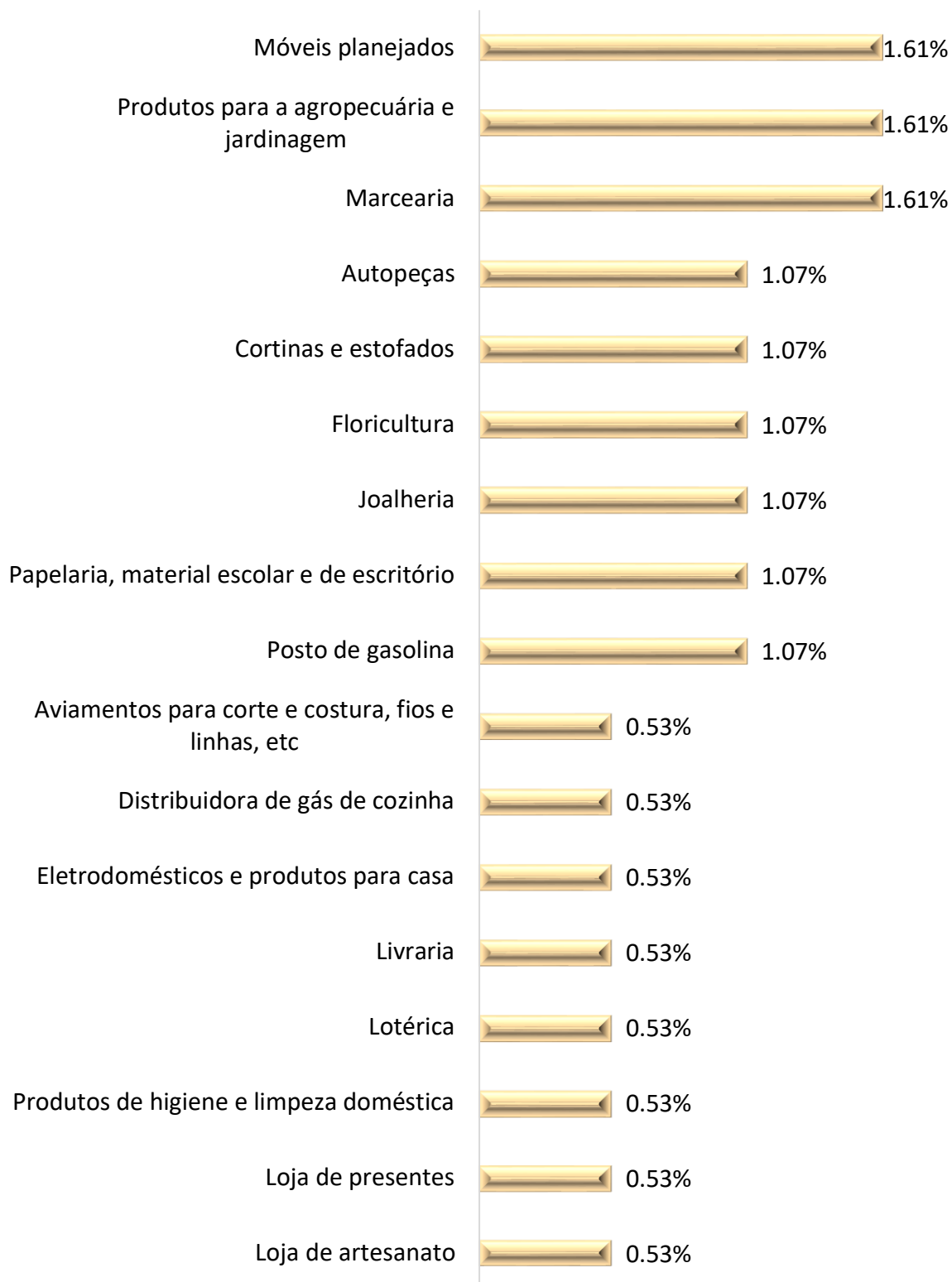
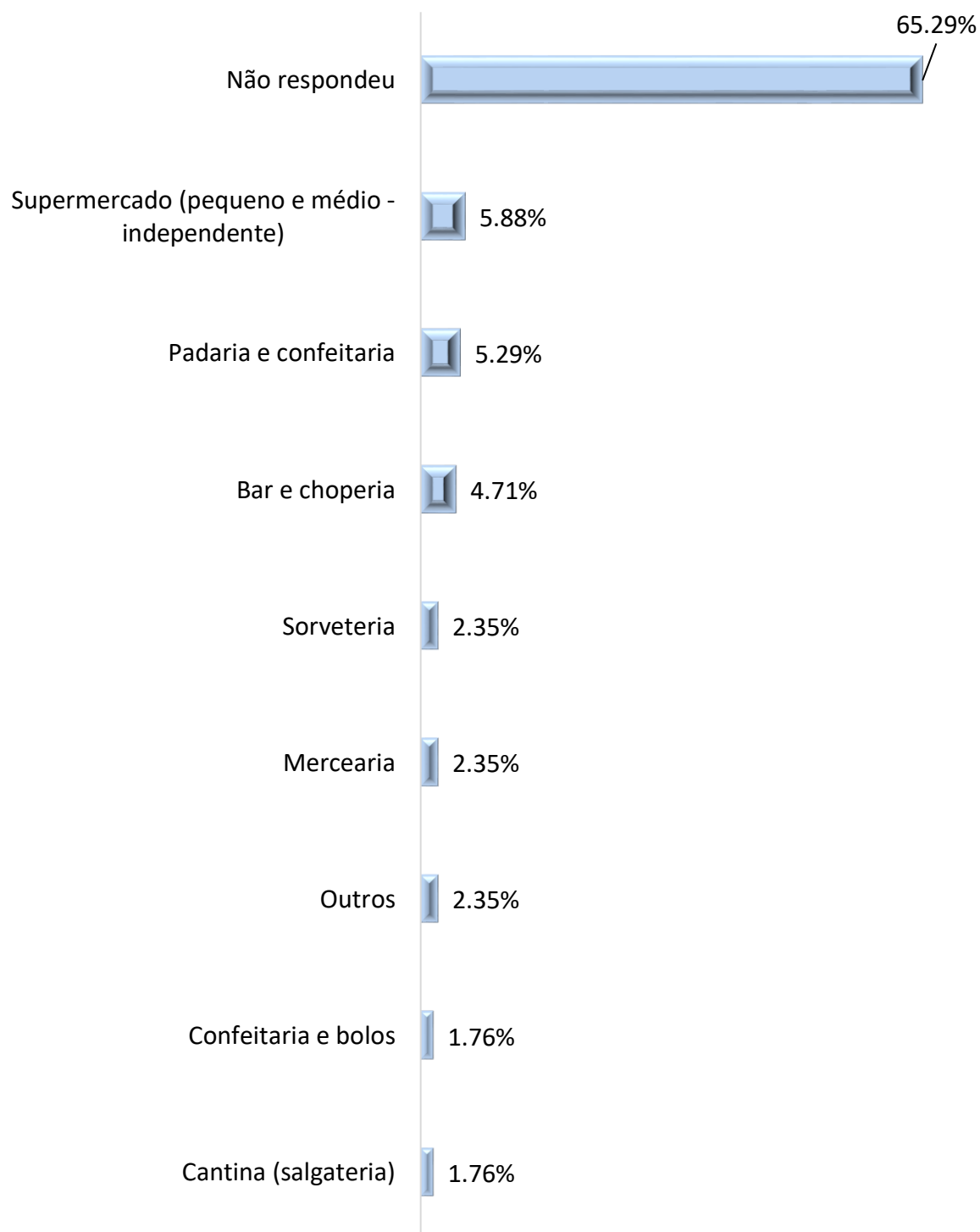
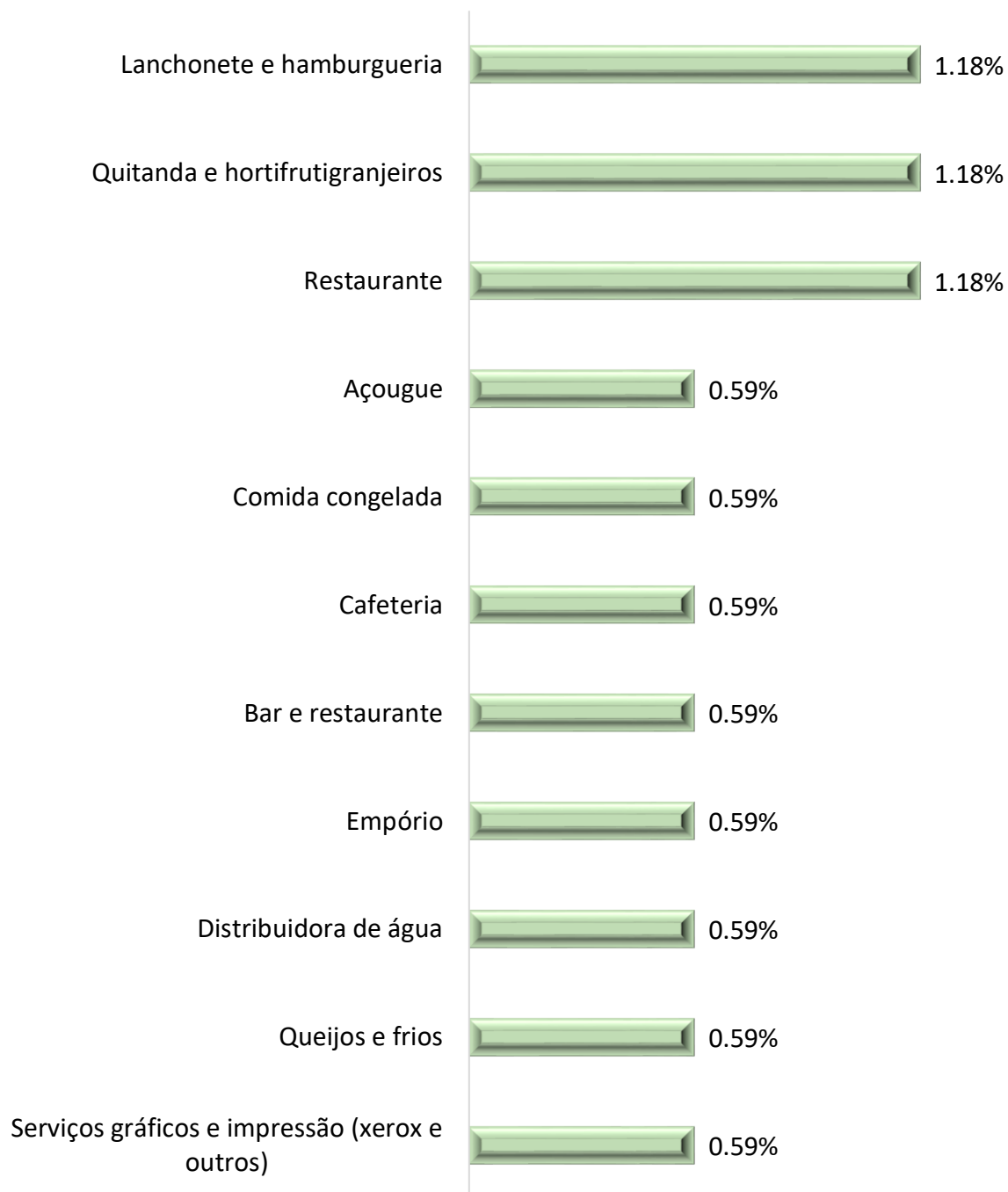


Gráfico 149 A - Indique o tipo de negócio de seu estabelecimento:



O item “outros” representa loja de roupas e calçados, salão de cabeleireiro, vidraçaria e pamonharia.

Gráfico 149 B - Indique o tipo de negócio de seu estabelecimento:



3. Produtos

Gráfico 150 – A sua empresa fabrica algum produto além de vender e prestar serviços?

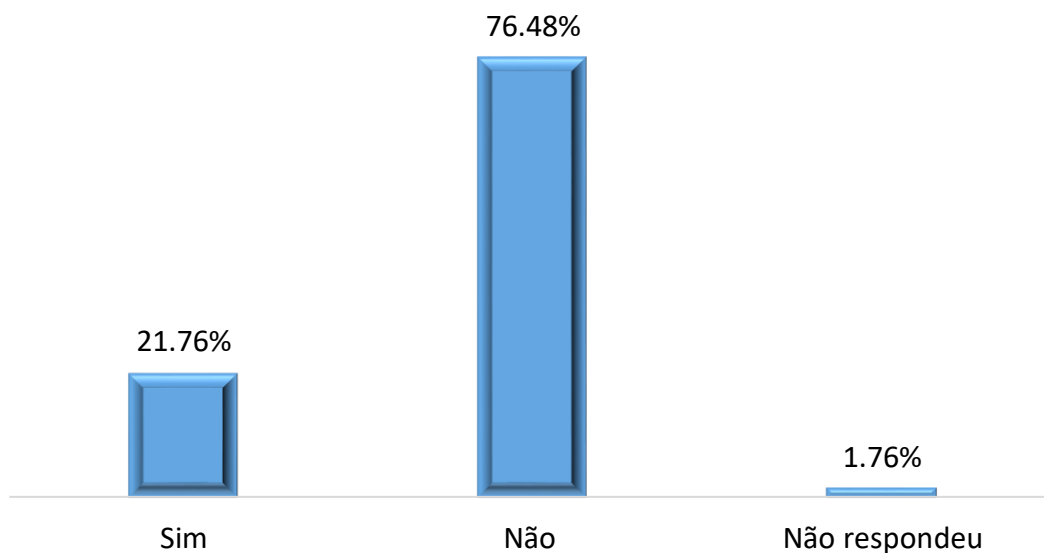


Gráfico 151 - Dos produtos que fabrica, como são feitos?

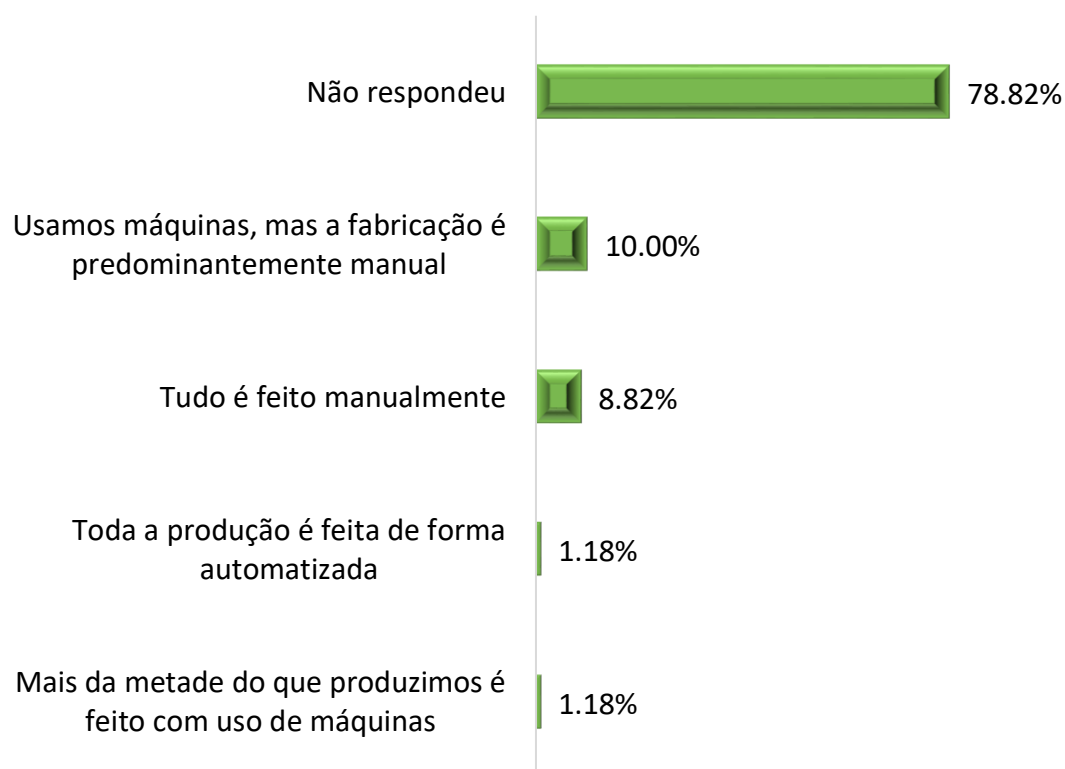
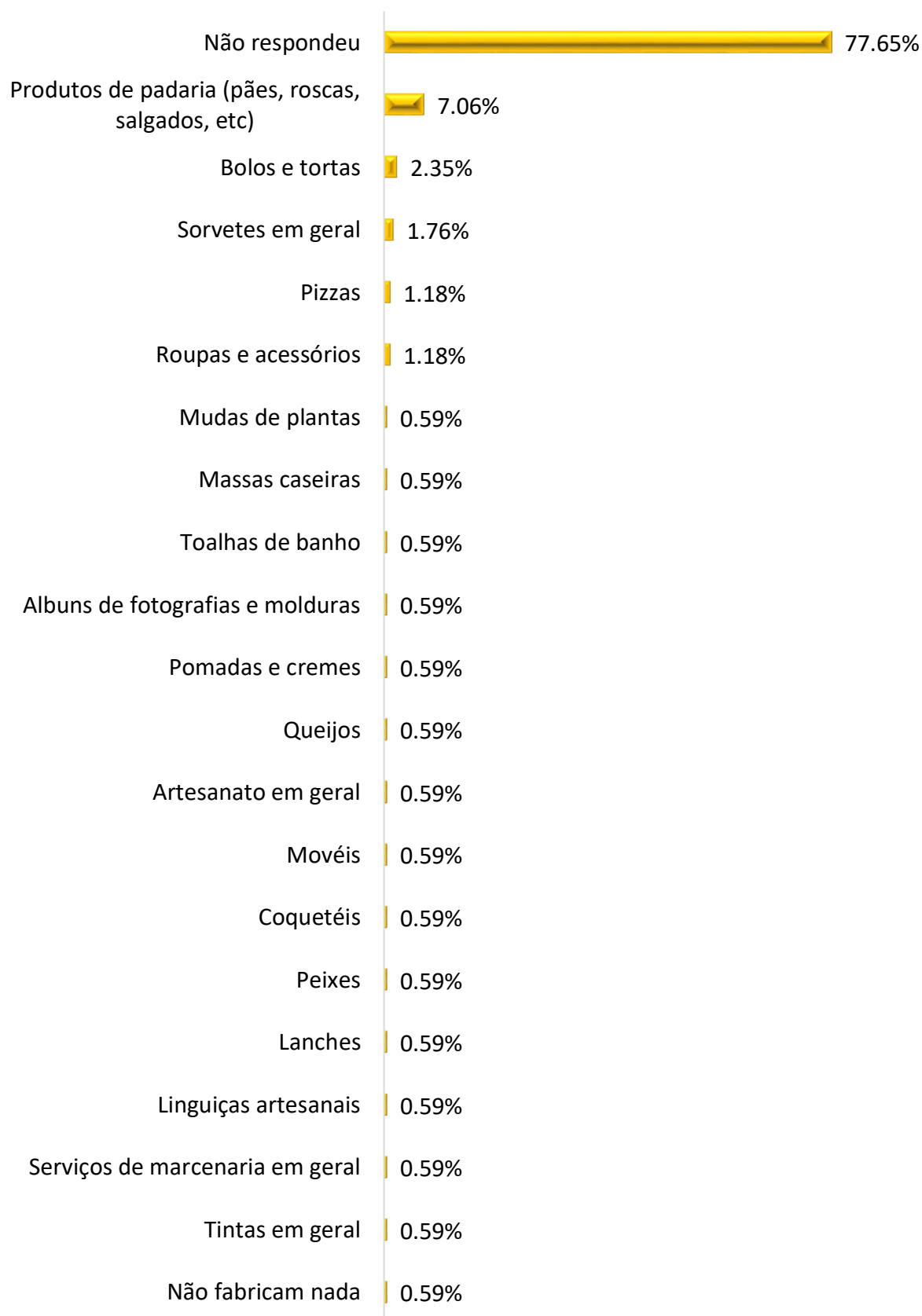
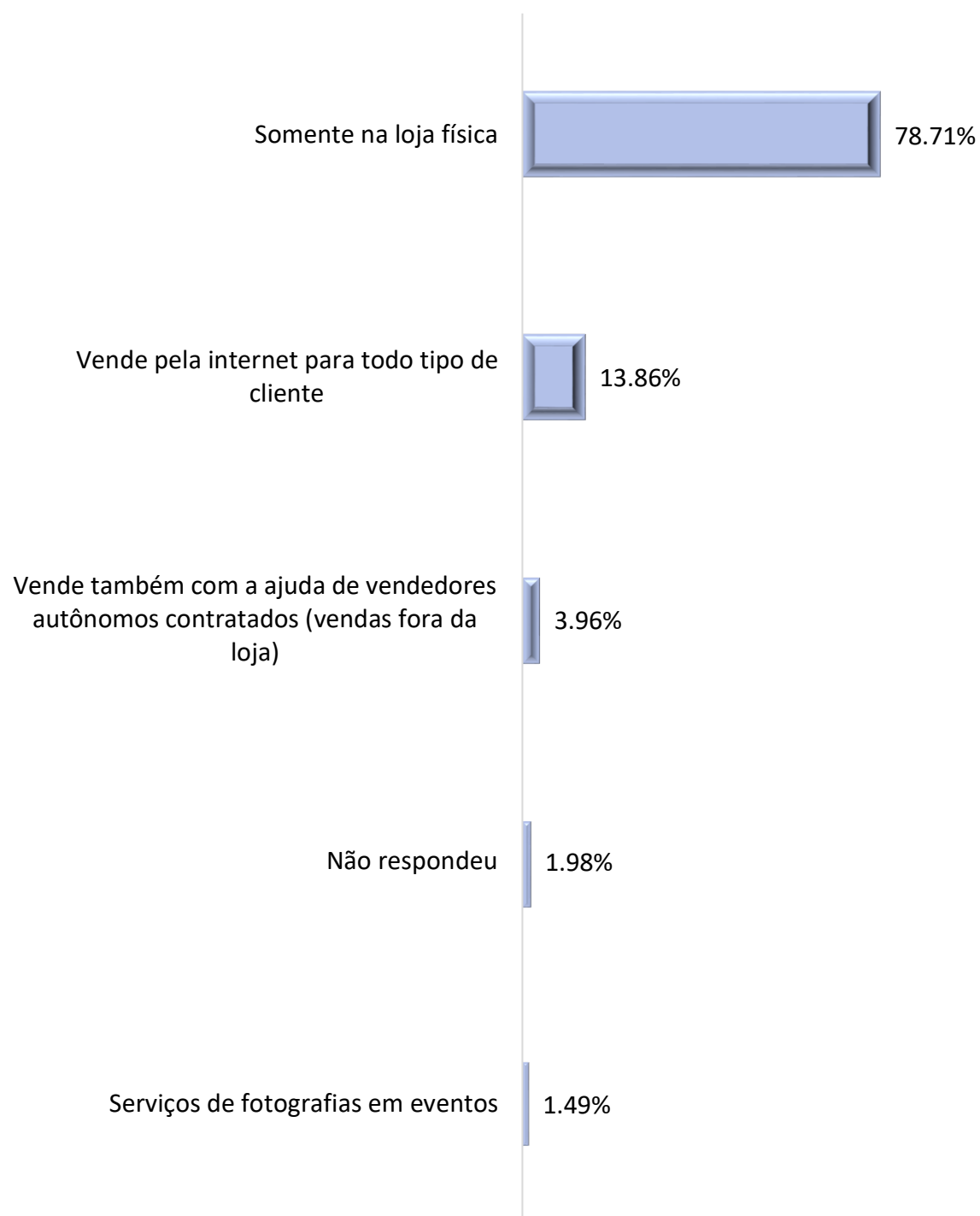


Gráfico 152 - Liste o nome dos principais produtos que fabrica:



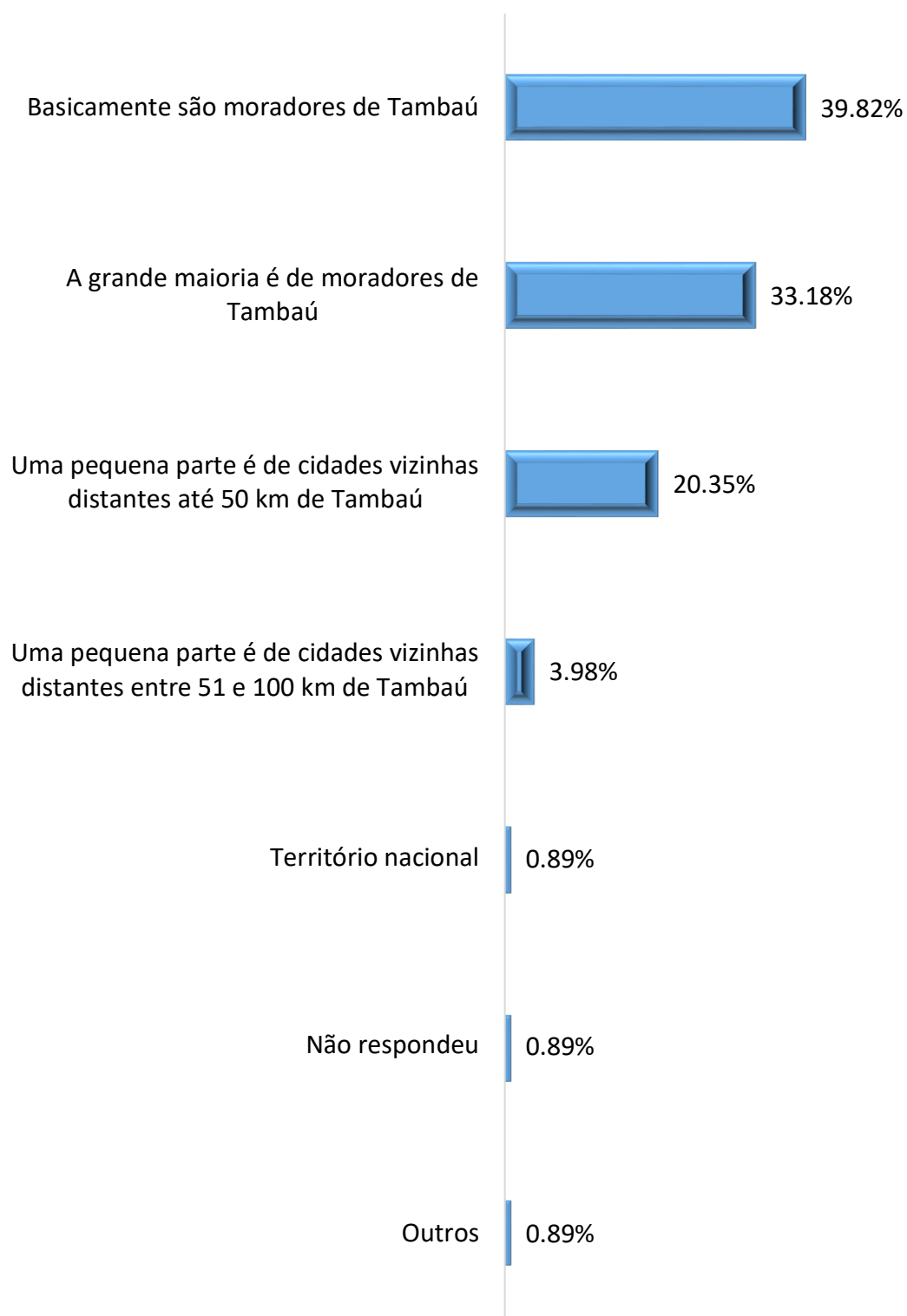
4. Formas de venda

Gráfico 153 - Como a sua empresa vende seus produtos?



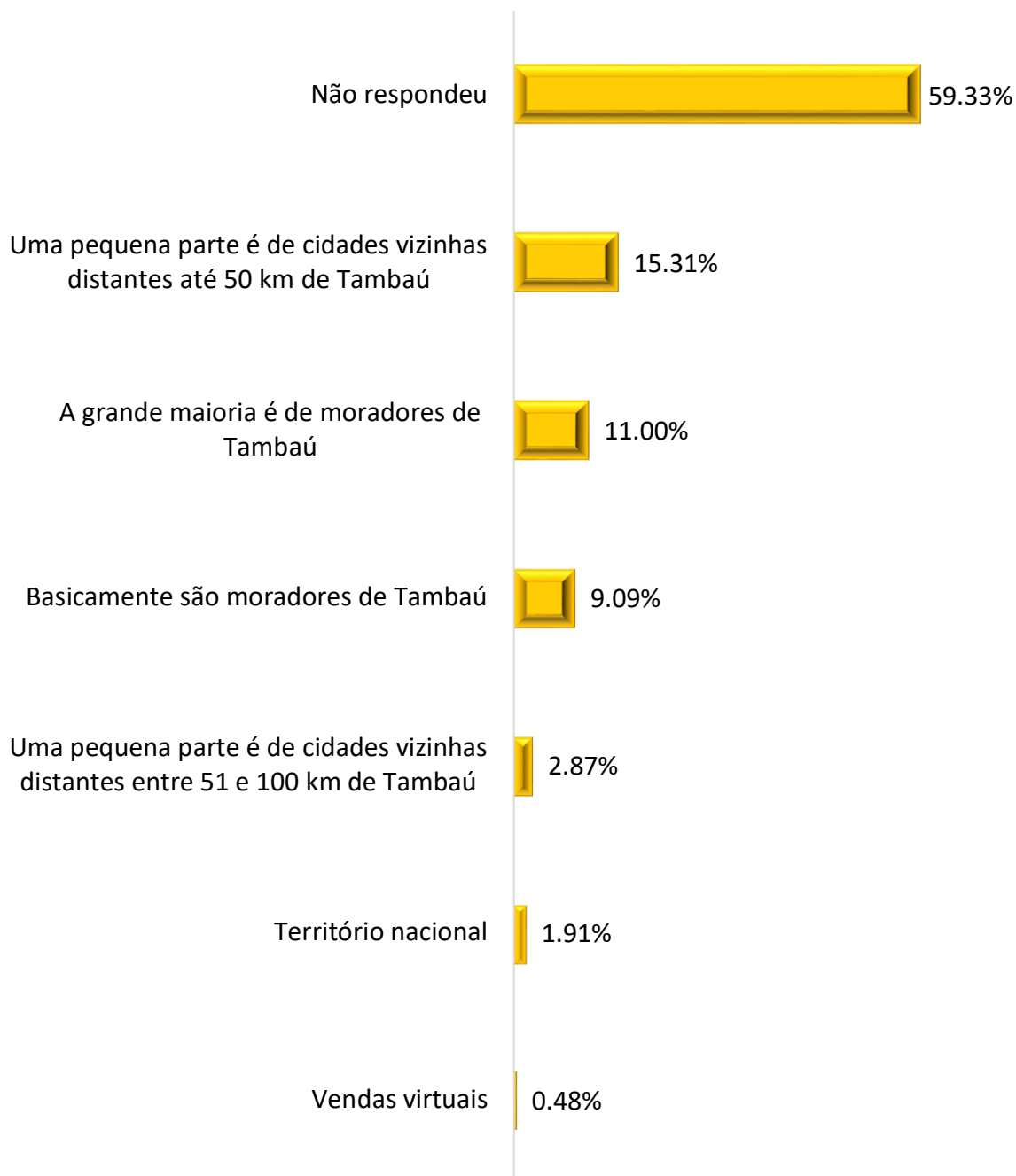
5. Perfil dos clientes

Gráfico 154 - Qual é a origem dos seus clientes?



O item “outros” representa clientes virtuais e serviço terceirizado.

Gráfico 155 - Qual é a origem de seus clientes em termos percentuais?



6. Concorrência

Gráfico 156 - Onde estão seus concorrentes mais importantes em relação ao Tipo de Estabelecimento de Varejo em Geral e sua localização?

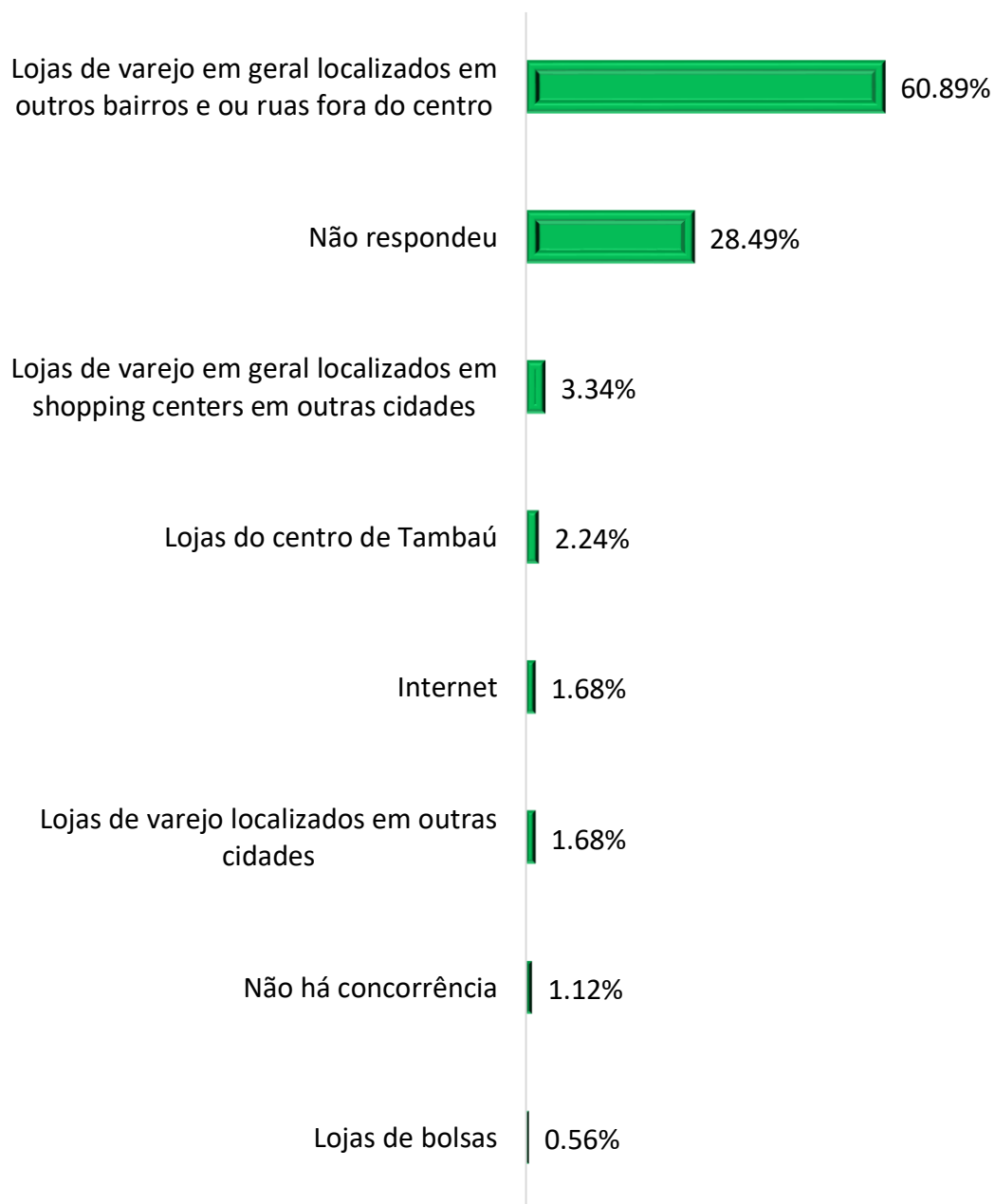


Gráfico 157 - Identifique as cidades que estão localizados seus concorrentes.



Gráfico 158 - Onde estão seus concorrentes mais importantes em relação ao Tipo de Estabelecimento de Alimentos e Bebidas e sua localização?

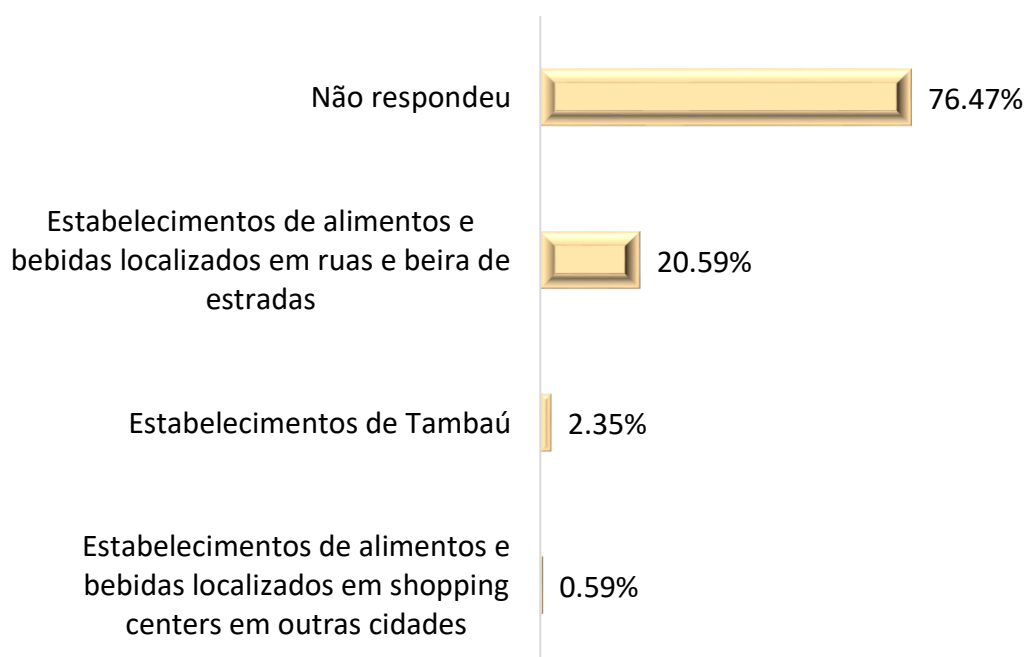


Gráfico 159 – Indique nível de concorrência composto por **pequenas empresas de varejo do mesmo ramo do seu negócio**.

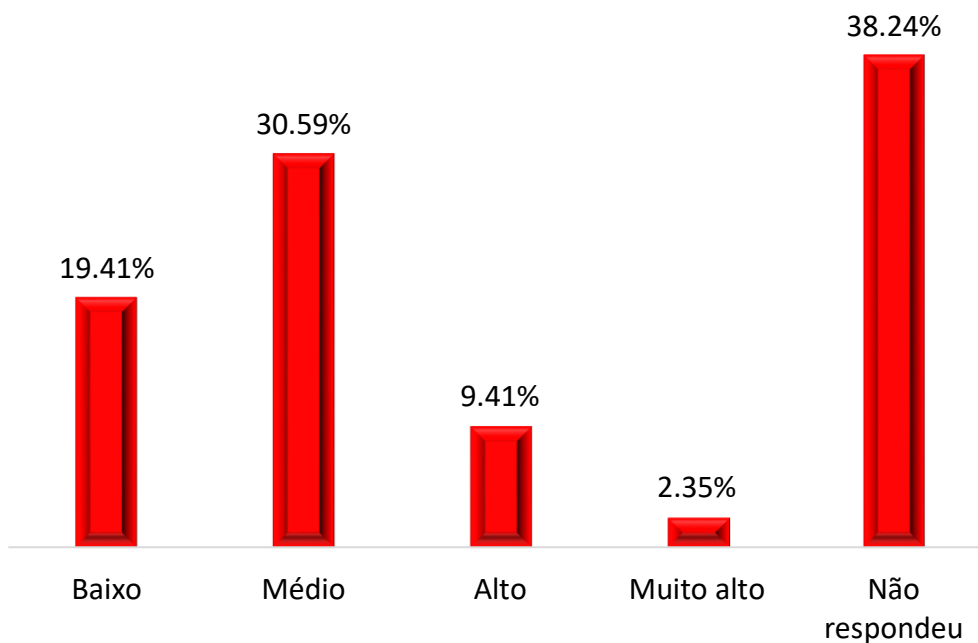


Gráfico 160 – Indique nível de concorrência composto por uma **mescla de pequenas e médias empresas do mesmo ramo do seu negócio**.

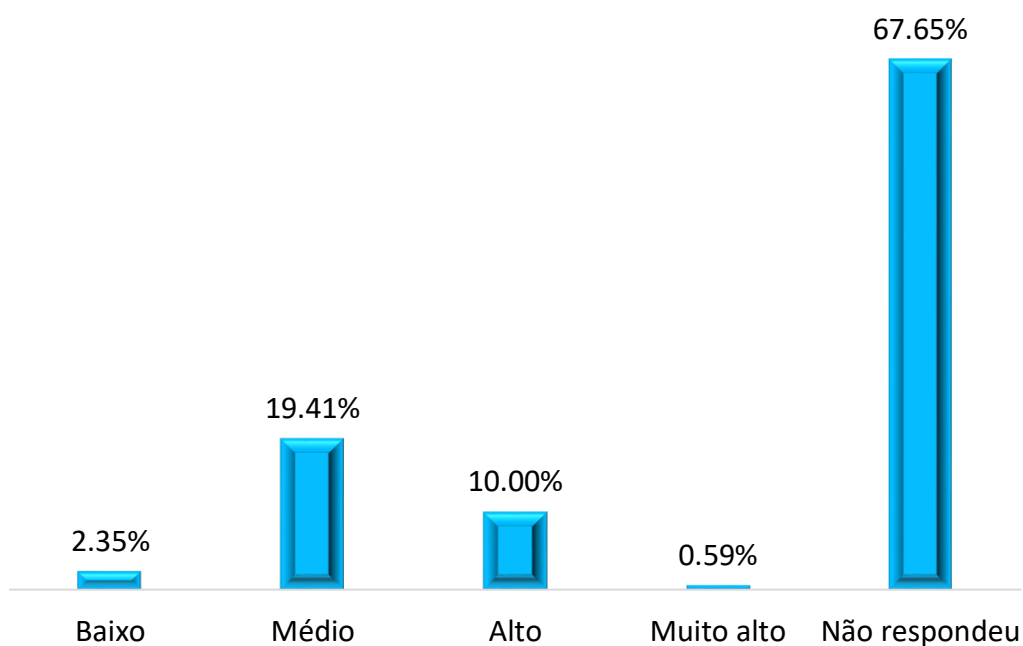


Gráfico 161 – Indique o nível de concorrência composto por uma **mescla de muitas pequenas e médias empresas, mas tem algumas lojas maiores de rede do mesmo ramo do seu negócio.**



Gráfico 162 - Qual é a sua expectativa para os próximos 3 anos quanto ao nível da concorrência no seu ramo de negócio em Tambaú?

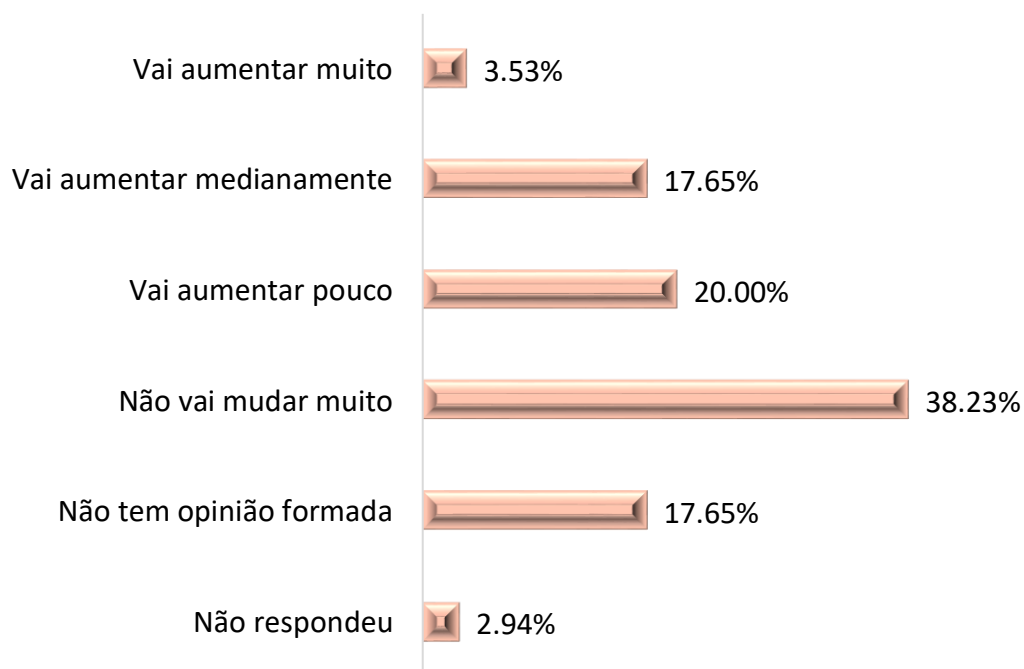
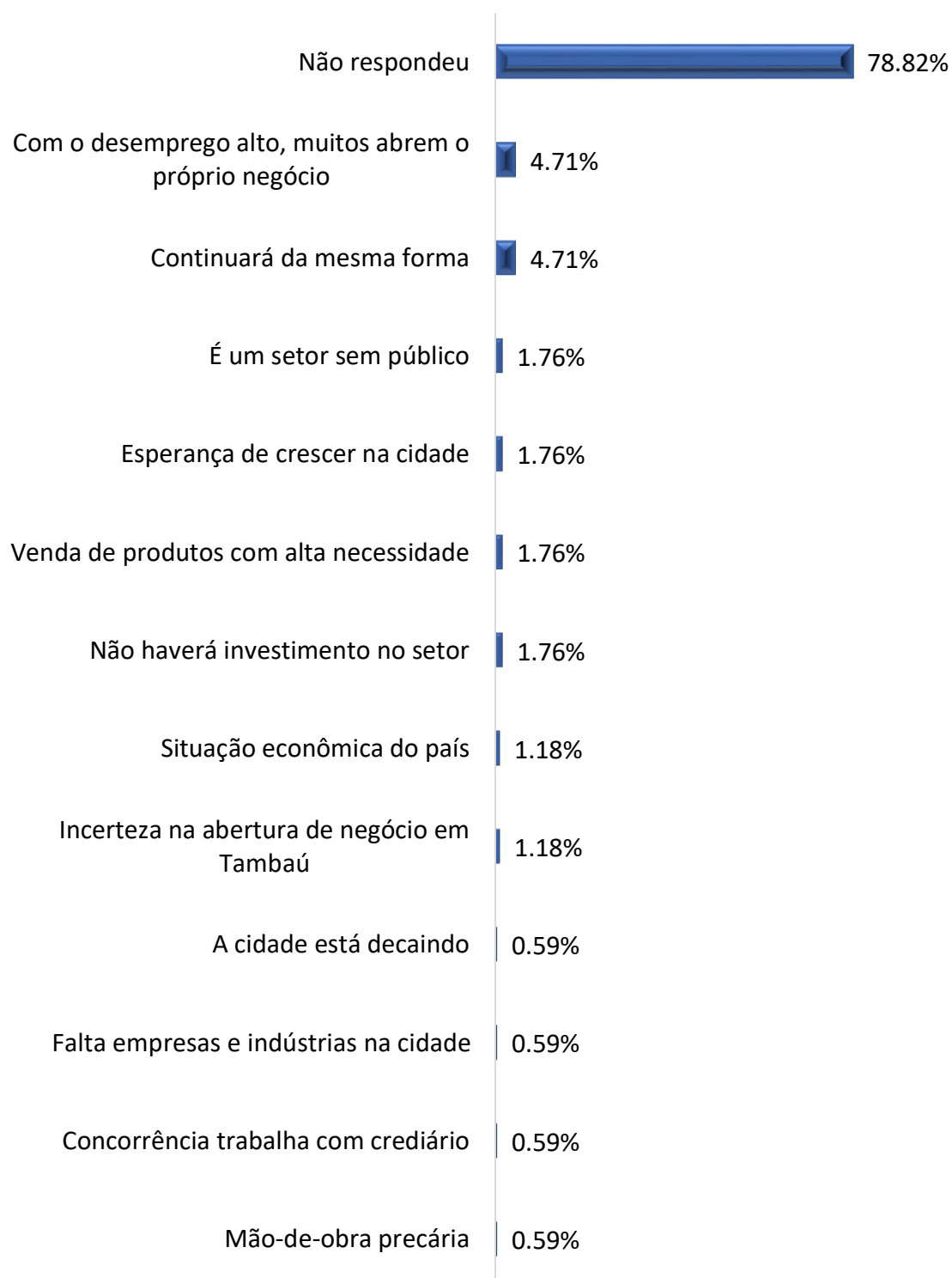


Gráfico 163 - Em relação à pergunta anterior, qual sua expectativa para os próximos 3 anos quanto ao nível da concorrência, justifique como chegou à conclusão apontada.



7. Faturamento

Gráfico 164 - Como é a composição do faturamento da sua empresa?

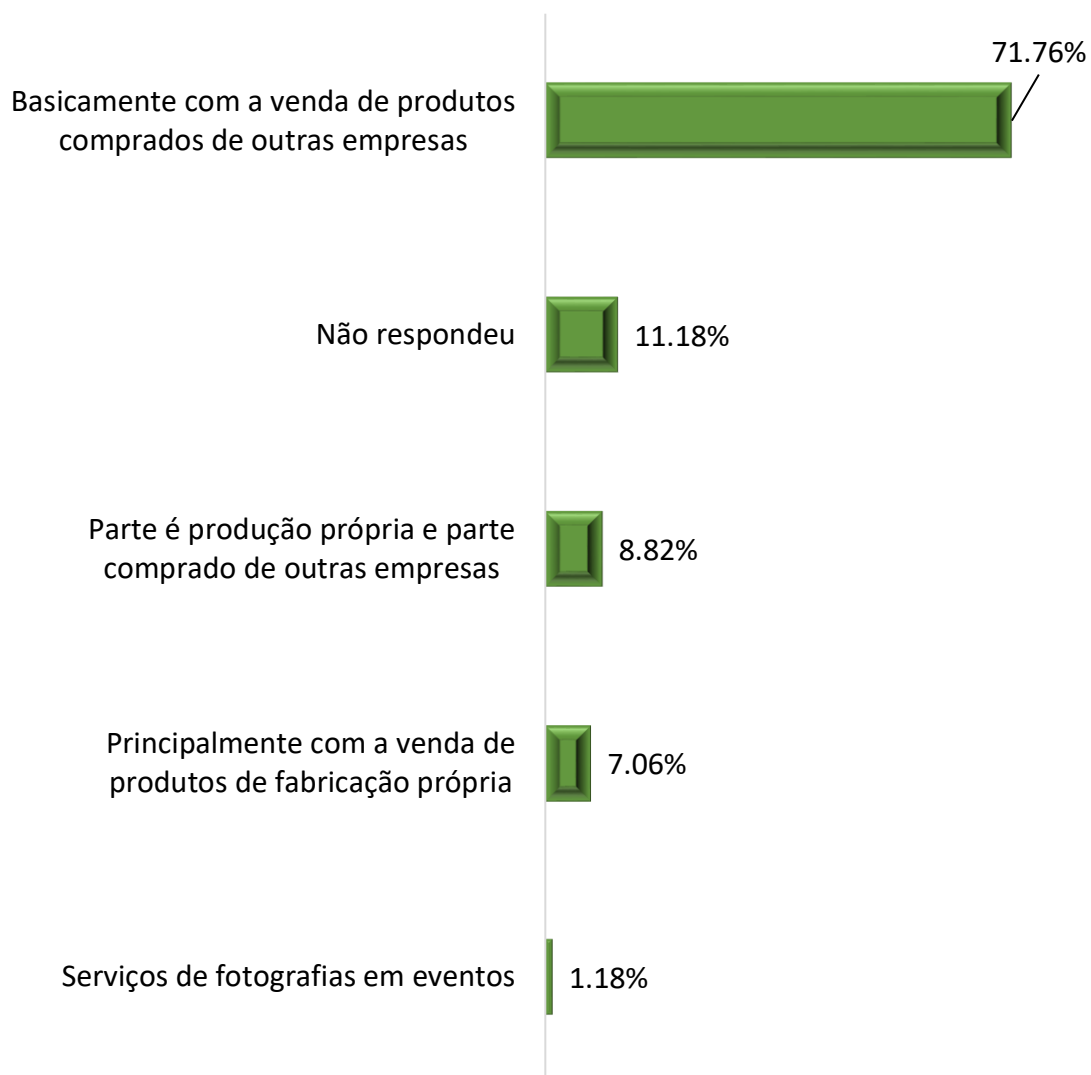
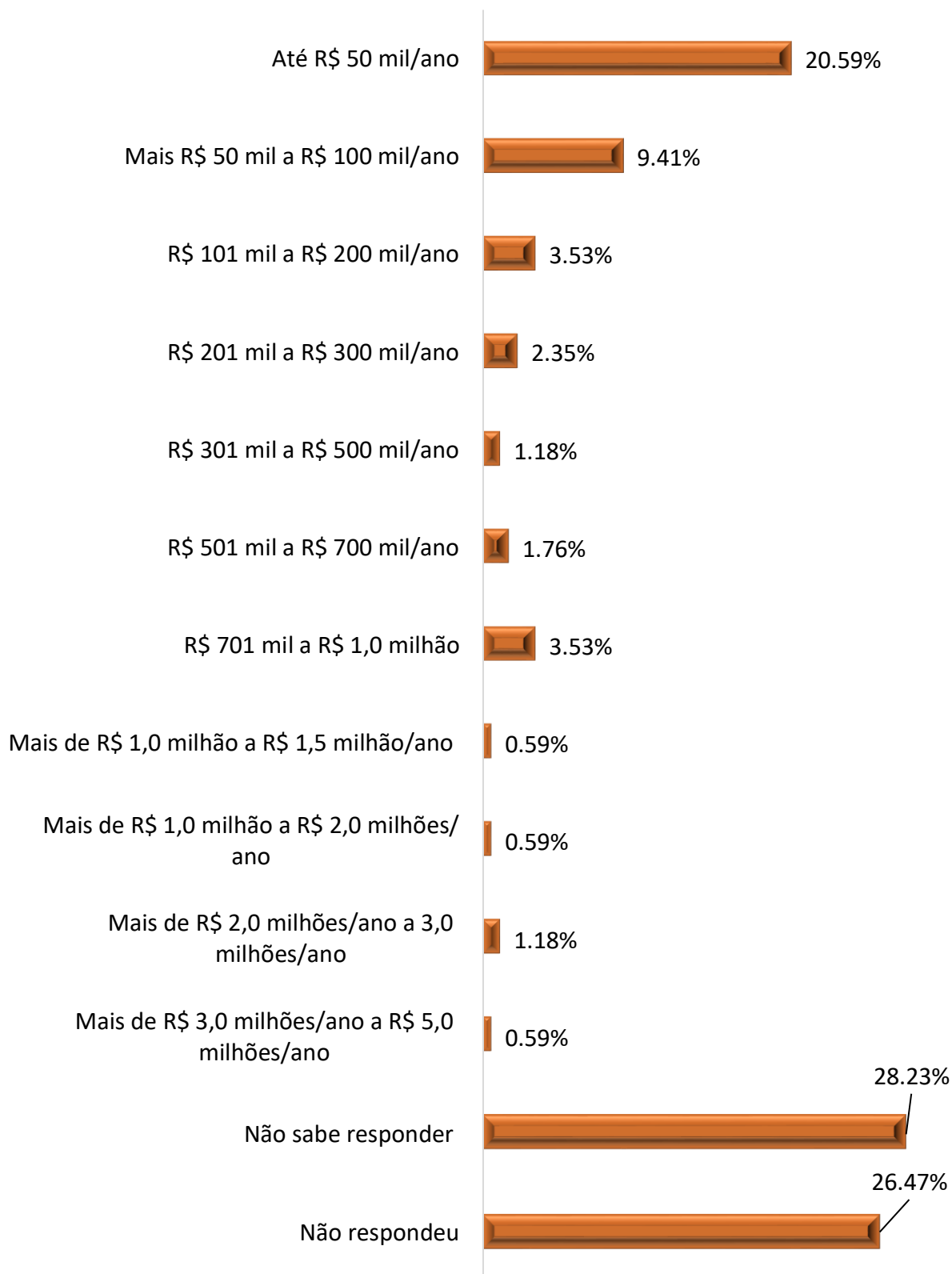


Gráfico 165 - Qual é a faixa de faturamento anual da sua empresa?



8. Perfil da equipe de vendas

Gráfico 166 – Qual a escolaridade dos **proprietários / diretores**?

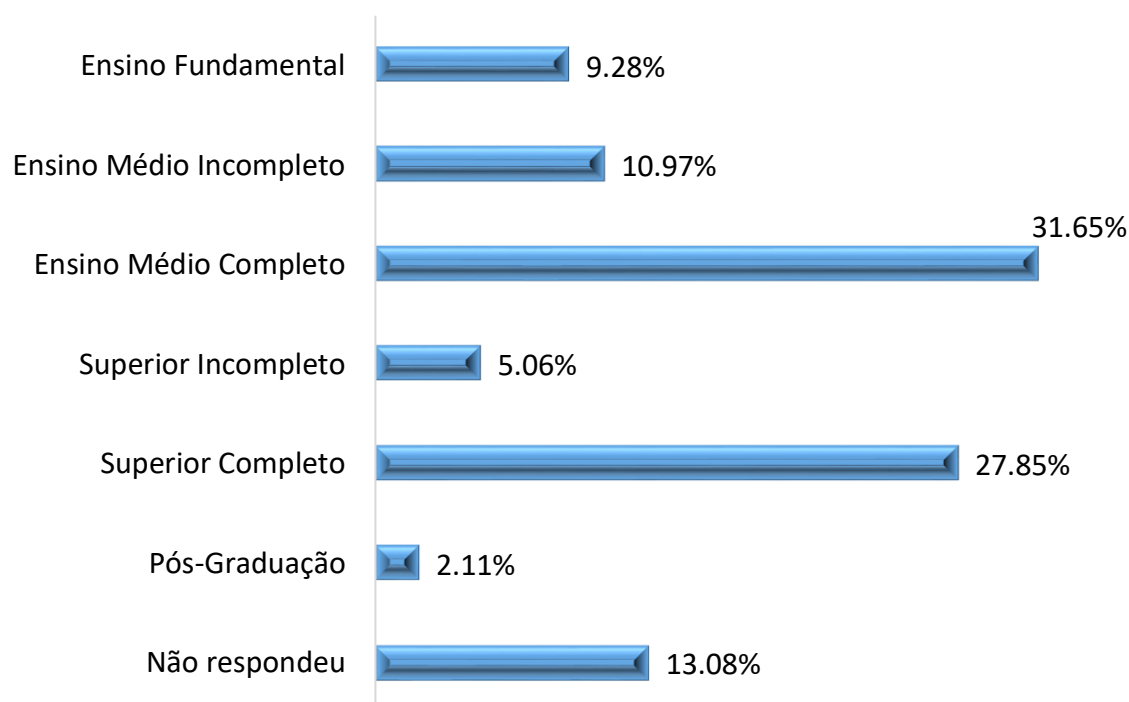


Gráfico 167 – Qual a escolaridade dos funcionários **do setor de administração / financeiro**?

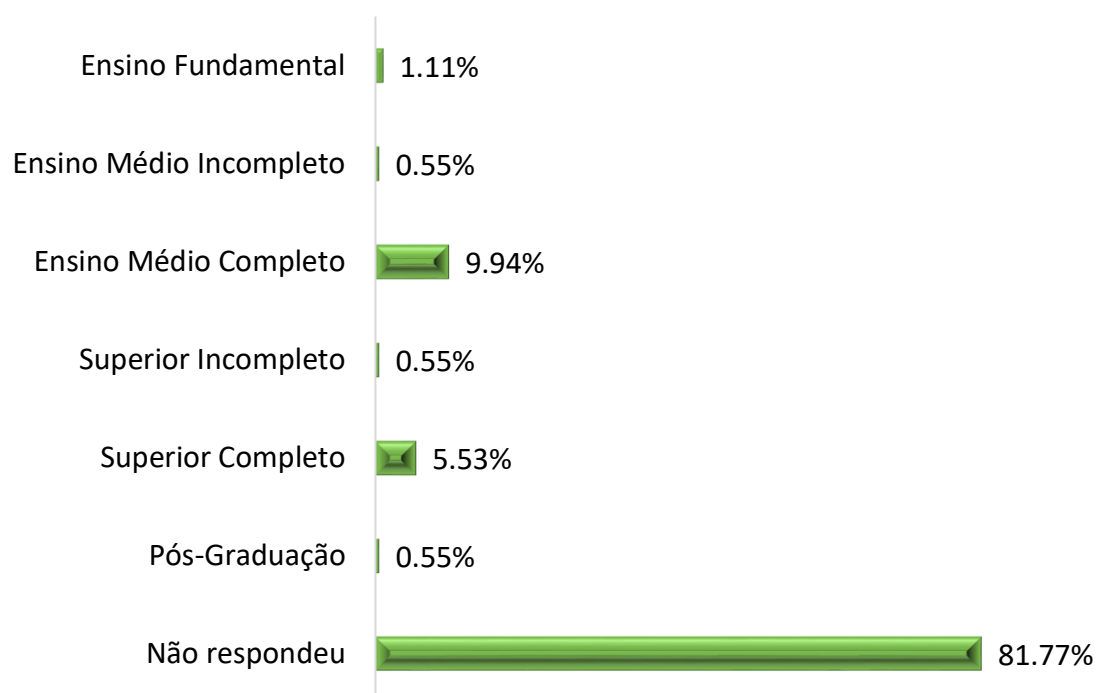


Gráfico 168 – Qual a escolaridade dos funcionários do setor **comercial / vendas / balcão** por internet?

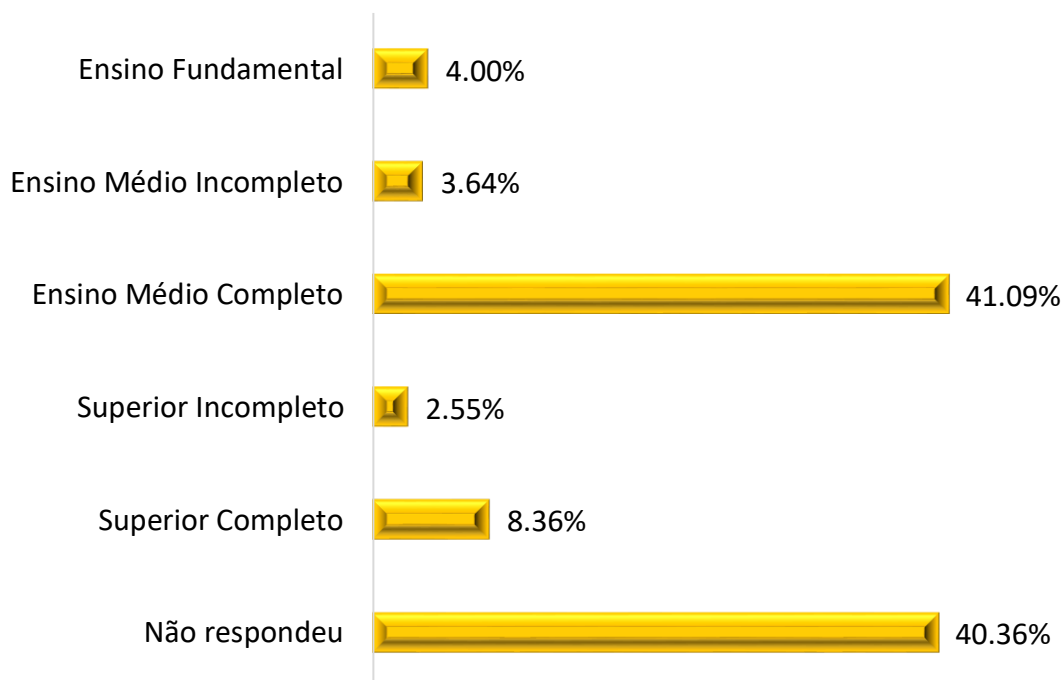


Gráfico 169 – Qual a escolaridade dos funcionários do **setor de compras / controle de estoque?**

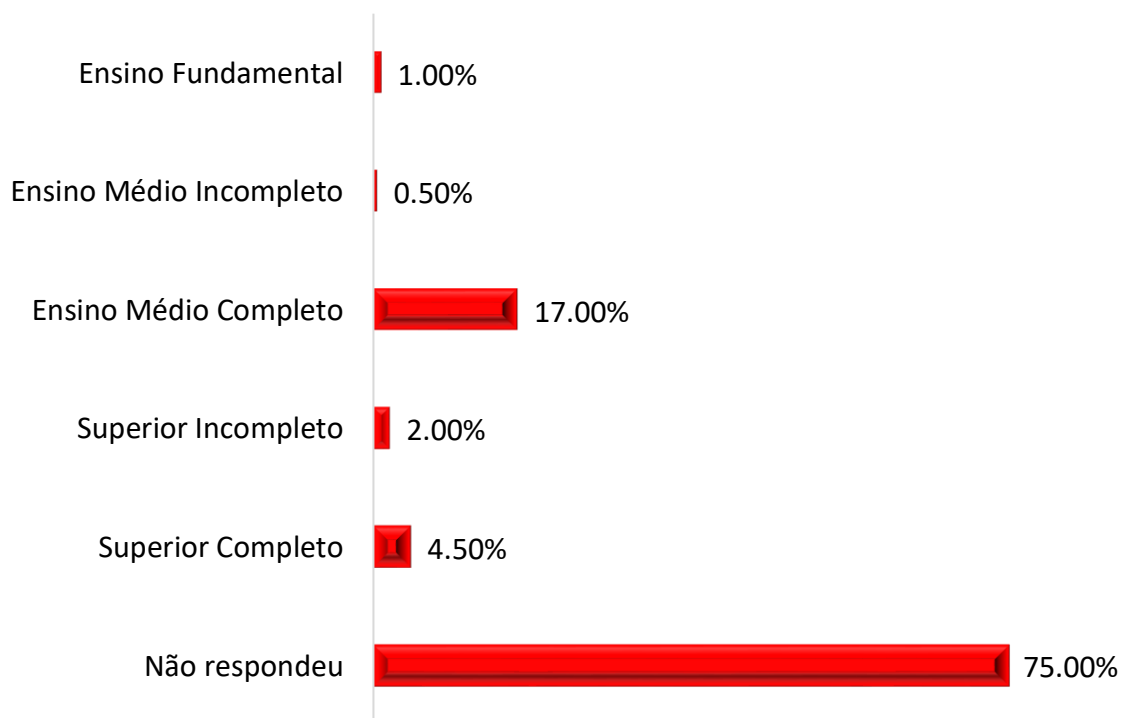


Gráfico 170 – Qual a escolaridade dos funcionários do **setor de serviços de assistência técnica?**

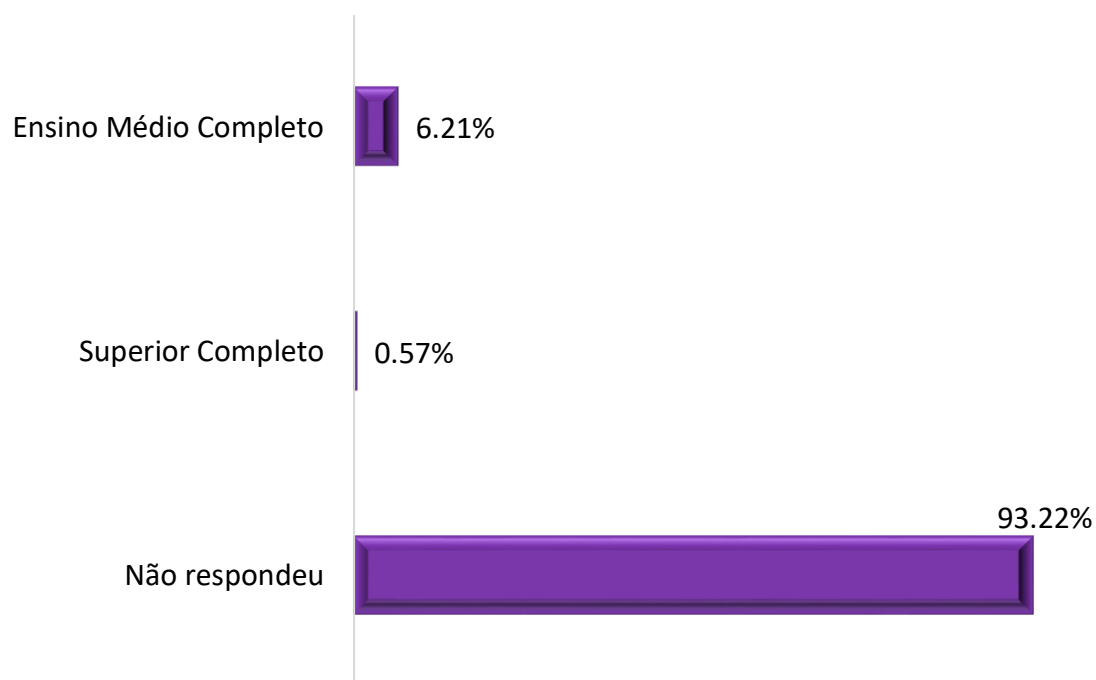


Gráfico 171 – Qual a escolaridade dos funcionários do **setor de produção?**

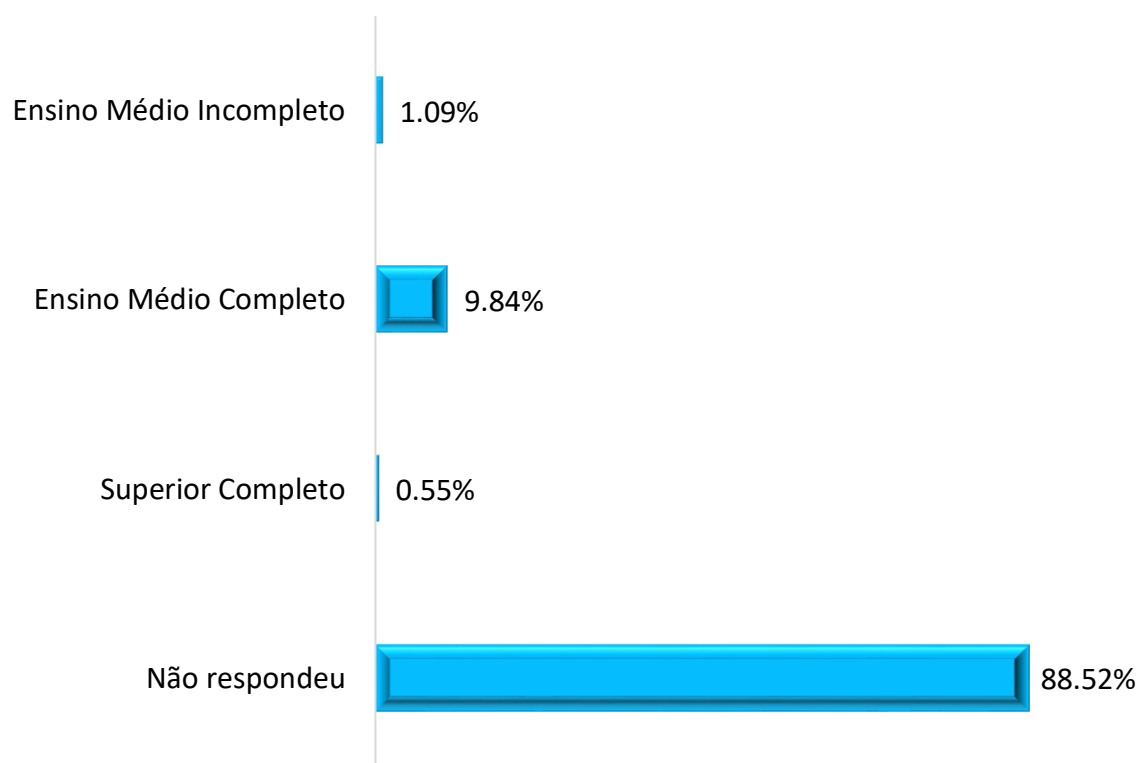


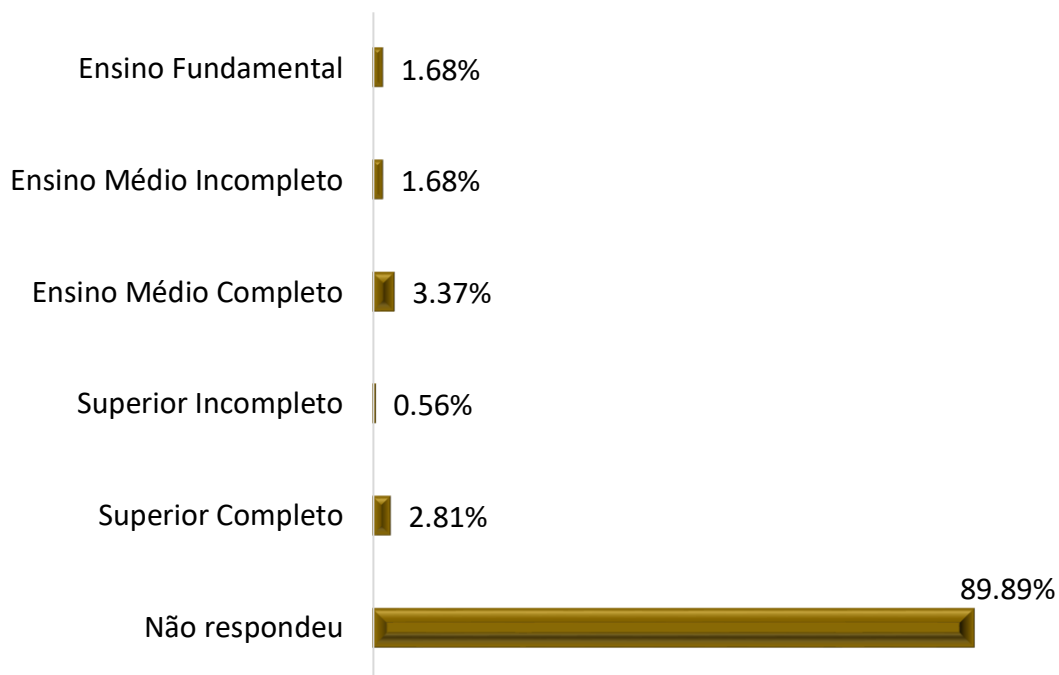
Gráfico 172 – Qual a escolaridade dos funcionários de **outros setores**?

Gráfico 173 - A empresa deu algum tipo de treinamento a membros do quadro diretivo e/ou para seus funcionários, entre os anos 2017 e 2020?

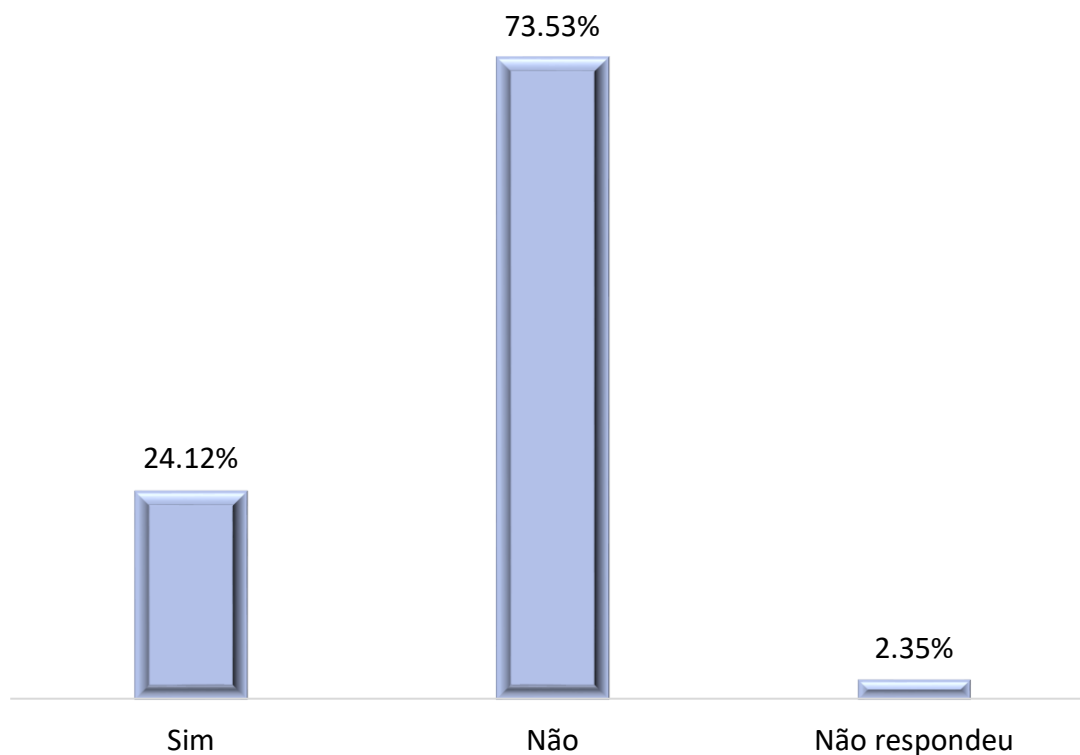
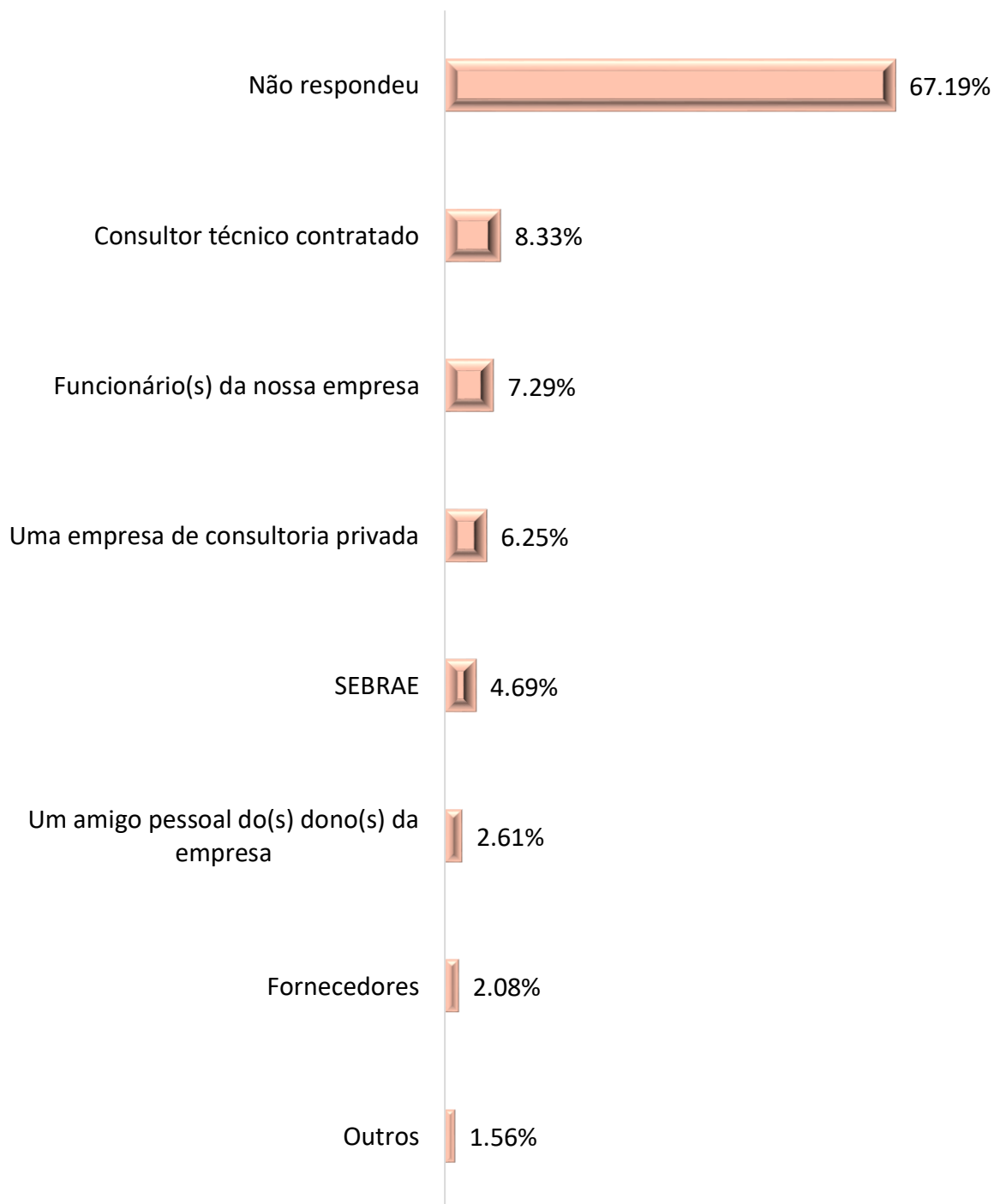
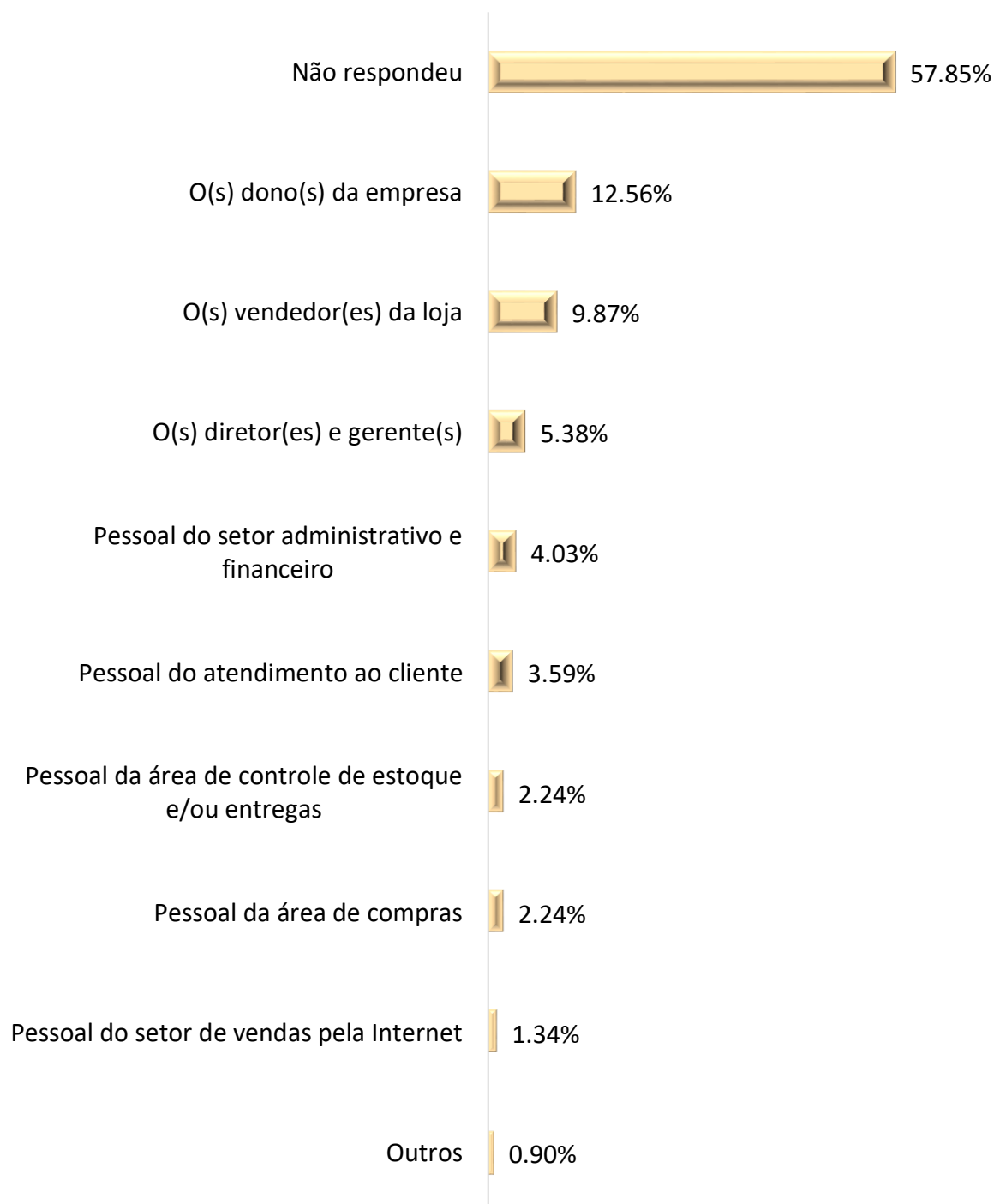


Gráfico 174 - Quem deu o treinamento às pessoas desta empresa?



O item “outros” representa cursos na faculdade, curso on-line e cursos de representantes.

Gráfico 175 - Quem foi treinado e/ou de quais áreas?



O item “outros” representa fotógrafos e tecnólogo da área.

Gráfico 176 - Quantos funcionários foram treinados?

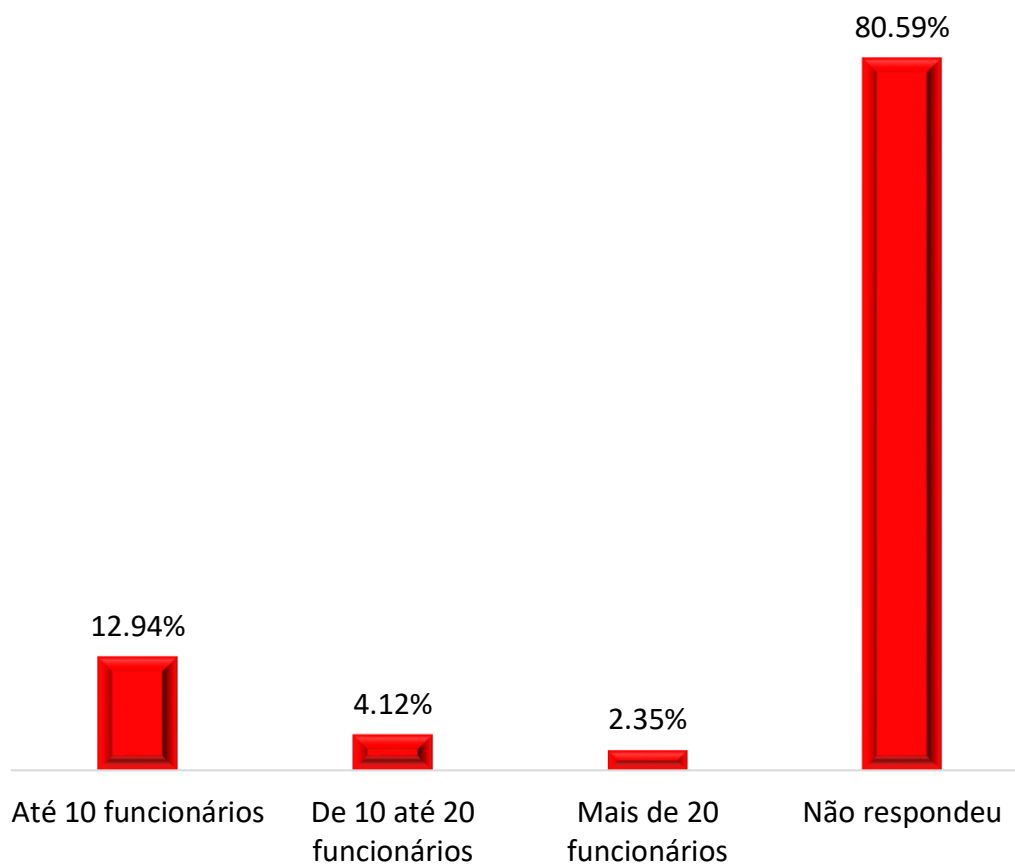
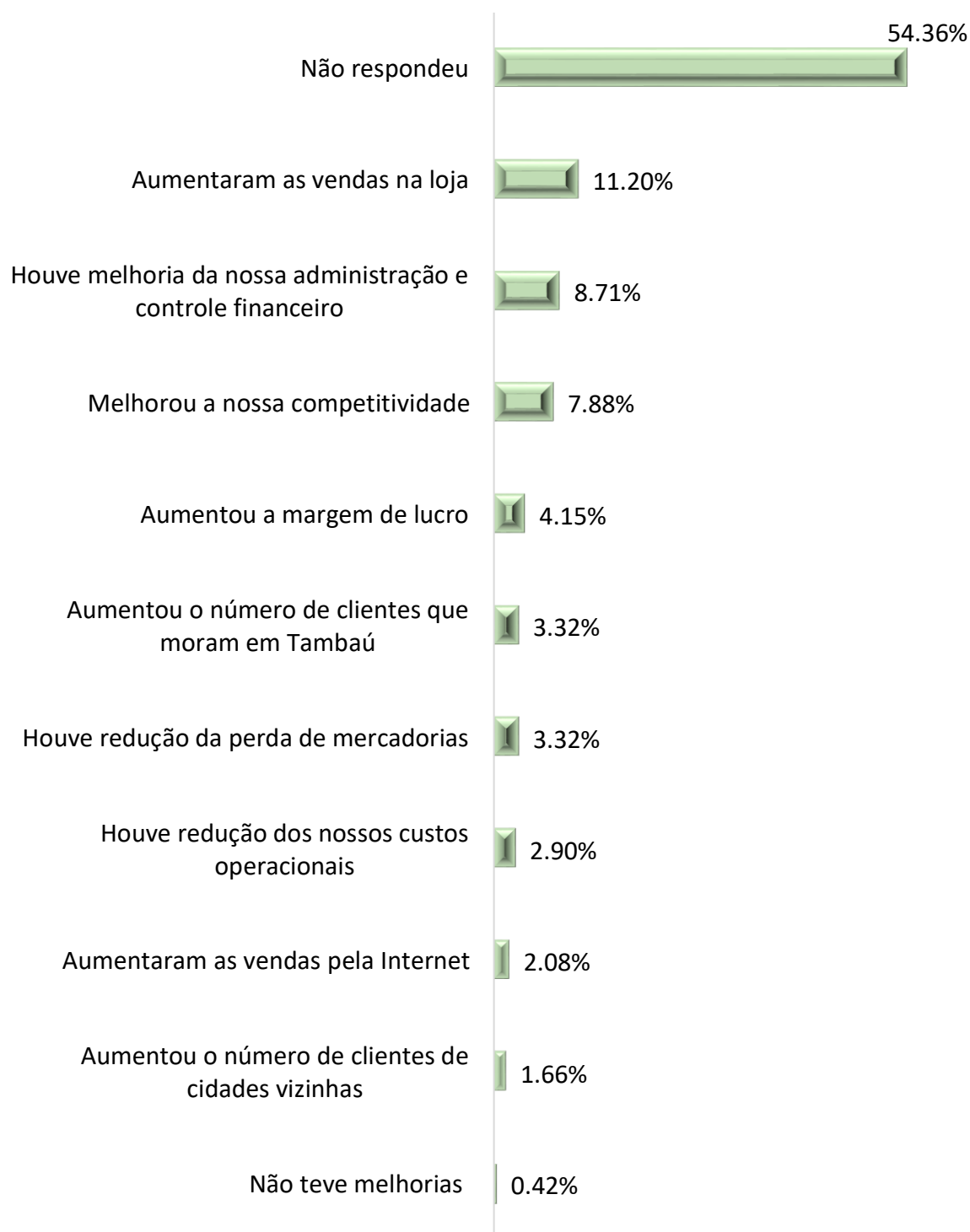


Gráfico 177 - Quais foram os resultados comerciais obtidos para a sua empresa com os treinamentos dados?



9. Competitividade

Gráfico 178 A - Em sua opinião, quais são os diferenciais do seu negócio que o faz mais competitivo do que os seus concorrentes?



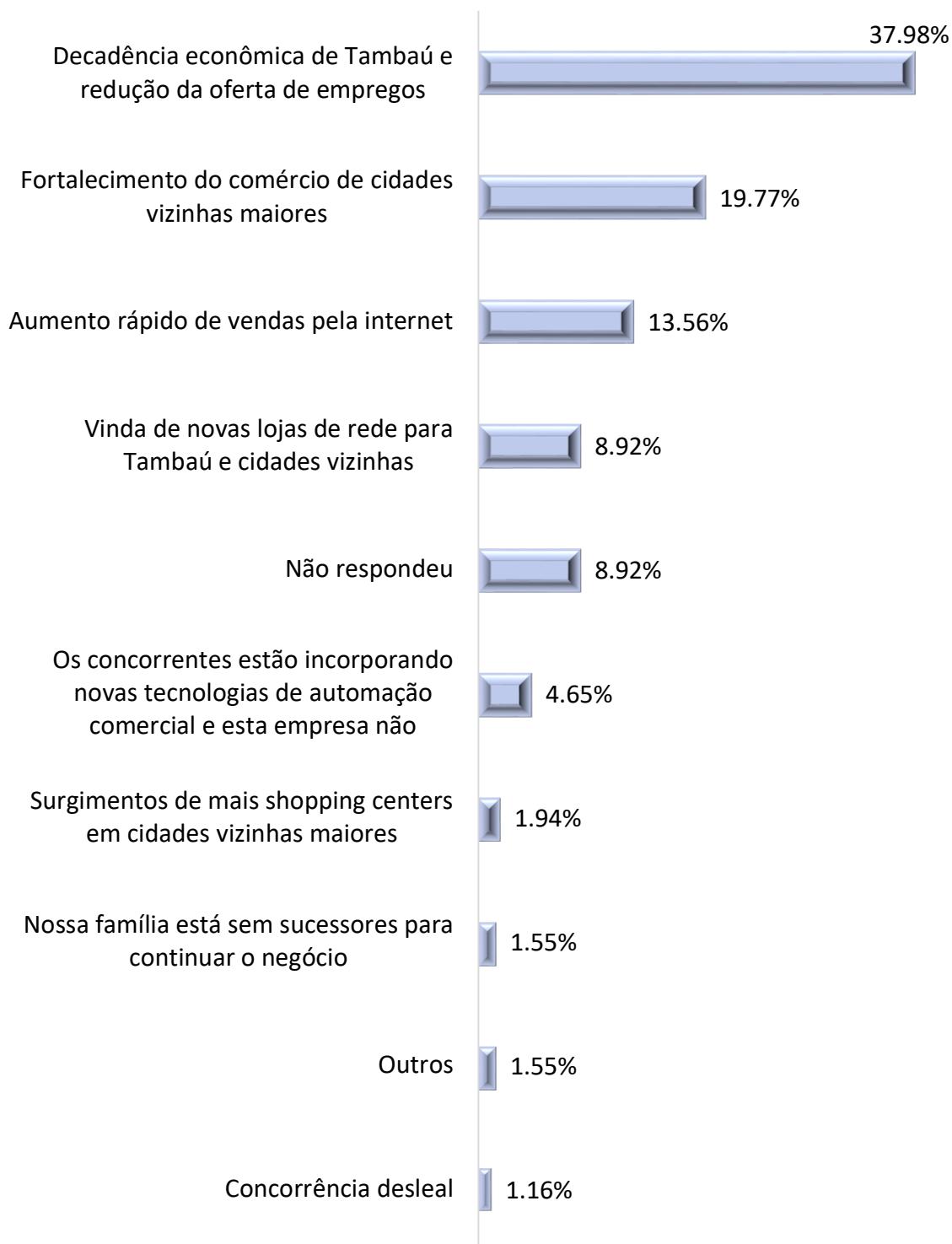
Gráfico 178 B - Em sua opinião, quais são os diferenciais do seu negócio que o faz mais competitivo do que os seus concorrentes?



Gráfico 179 A - Quais fatores mais **pesam negativamente** em seu negócio?

Gráfico 179 B - Quais fatores mais **pesam negativamente** em seu negócio?

Gráfico 180 - Indique quais fatores representam as maiores ameaças para o desempenho futuro da sua empresa nos próximos 5 anos.



O item “outros” representa vendas pela internet, concorrência com produtos semelhantes, falta de mão-de-obra especializada e inadimplência.

Gráfico 181 A - Quais são os **pontos fortes** da sua empresa para competir nos mercados onde vende?



Gráfico 181 B - Quais são os **pontos fortes** da sua empresa para competir nos mercados onde vende?

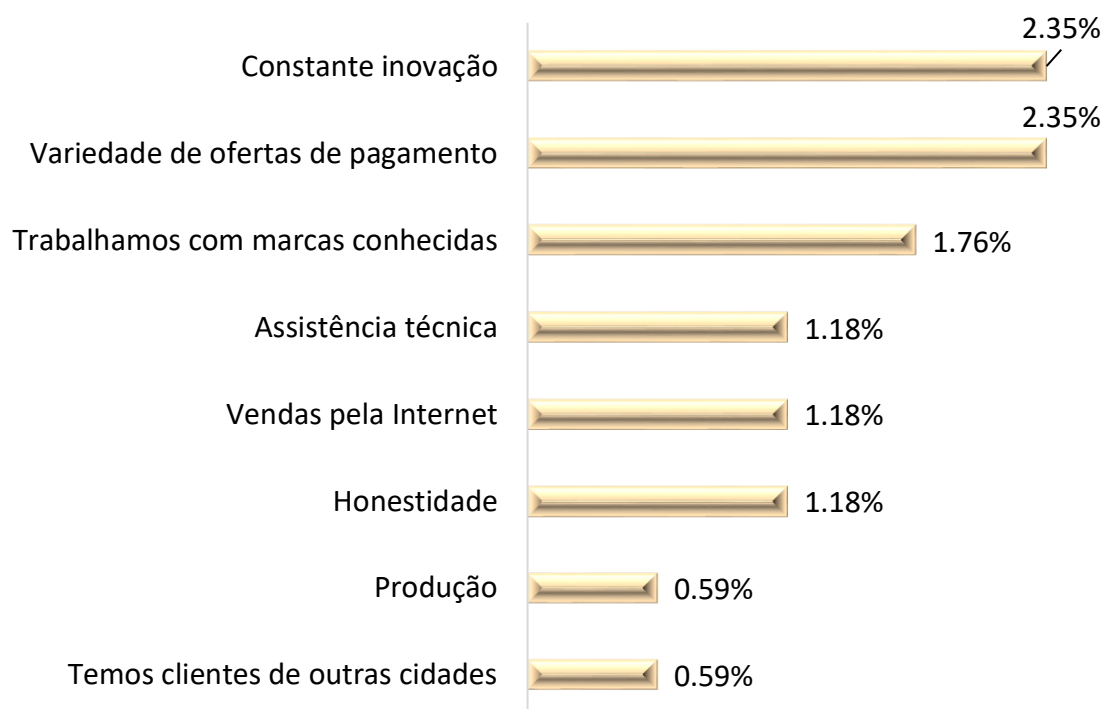


Gráfico 182 A - Quais são os **pontos fracos** da sua empresa que diminuem a sua competitividade comercial nos mercados onde vende?

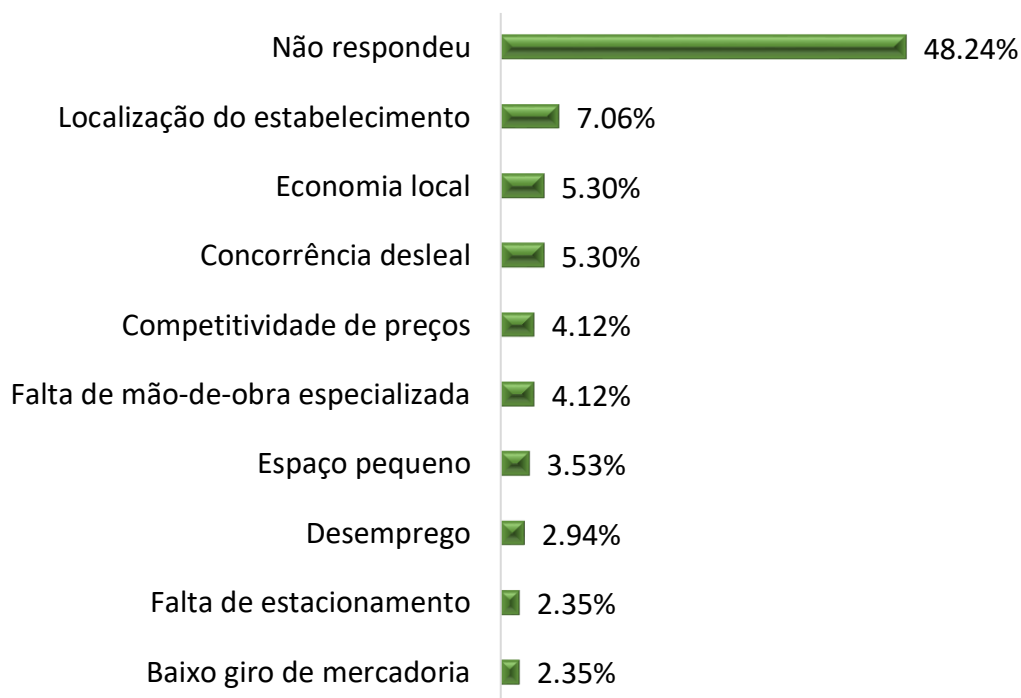
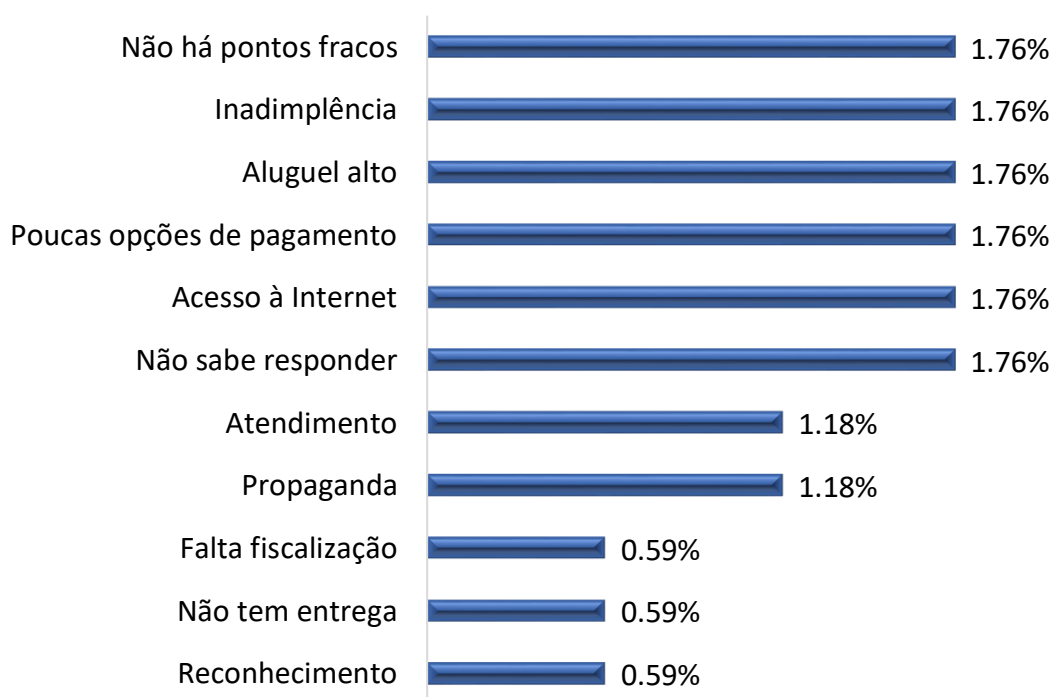


Gráfico 182 B - Quais são os **pontos fracos** da sua empresa que diminuem a sua competitividade comercial nos mercados onde vende?



10. Investimento

Gráfico 183 - Sua empresa pretende fazer algum tipo de **melhoria na sua empresa e/ou Investimentos nos próximos 3 anos?**

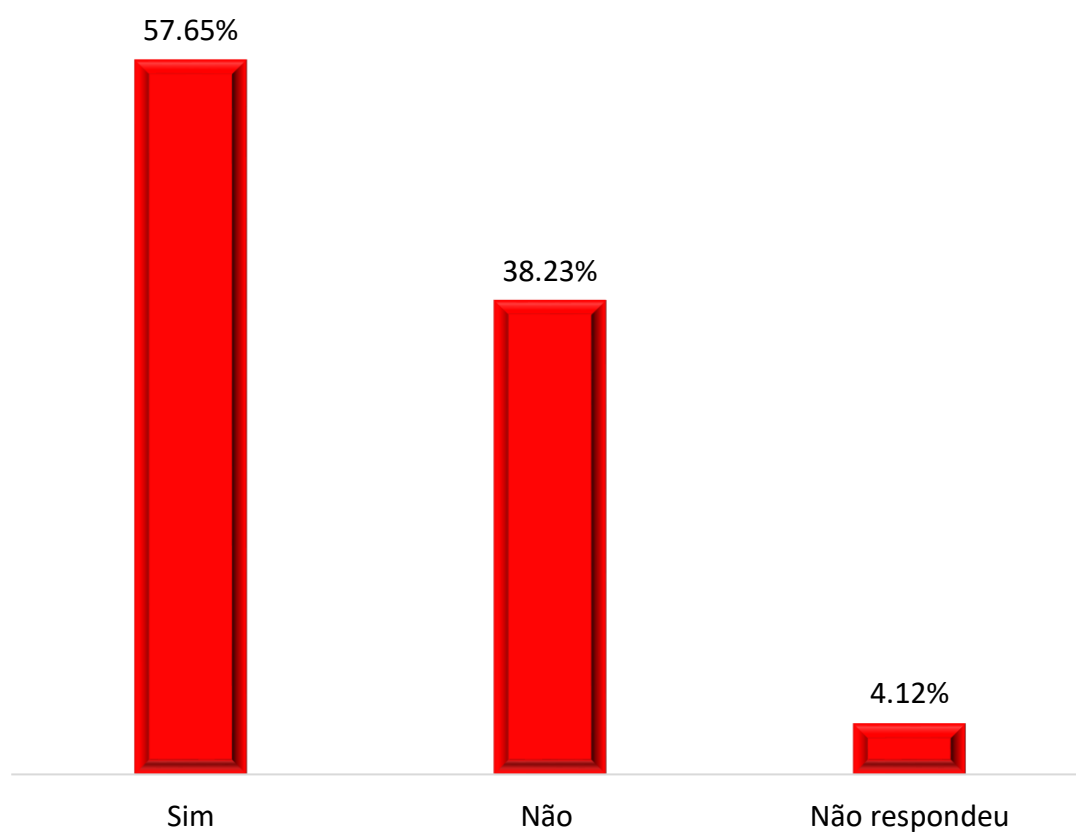


Gráfico 184 A - Quais melhorias e investimentos a empresa pretende fazer nos próximos 3 anos?

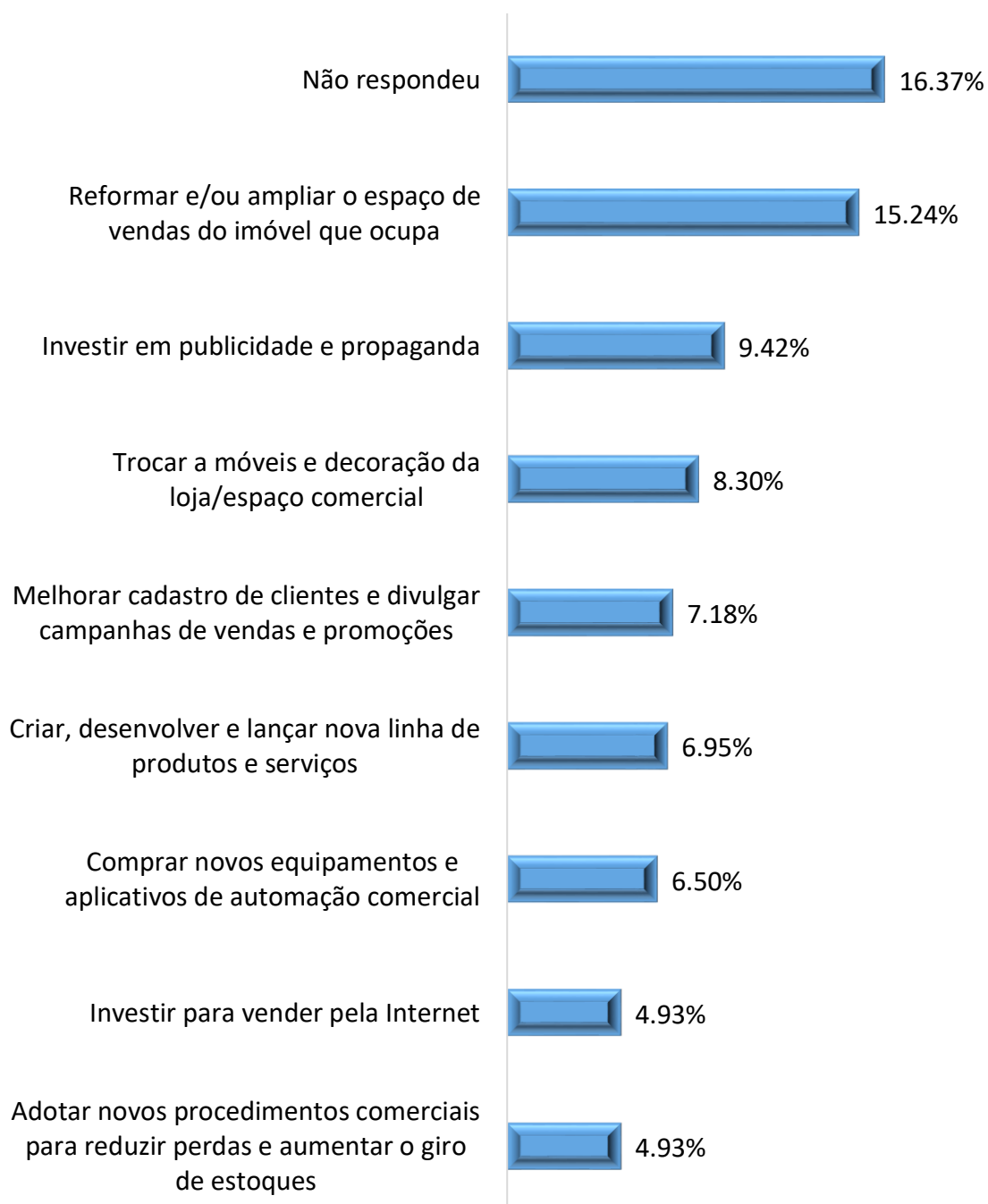
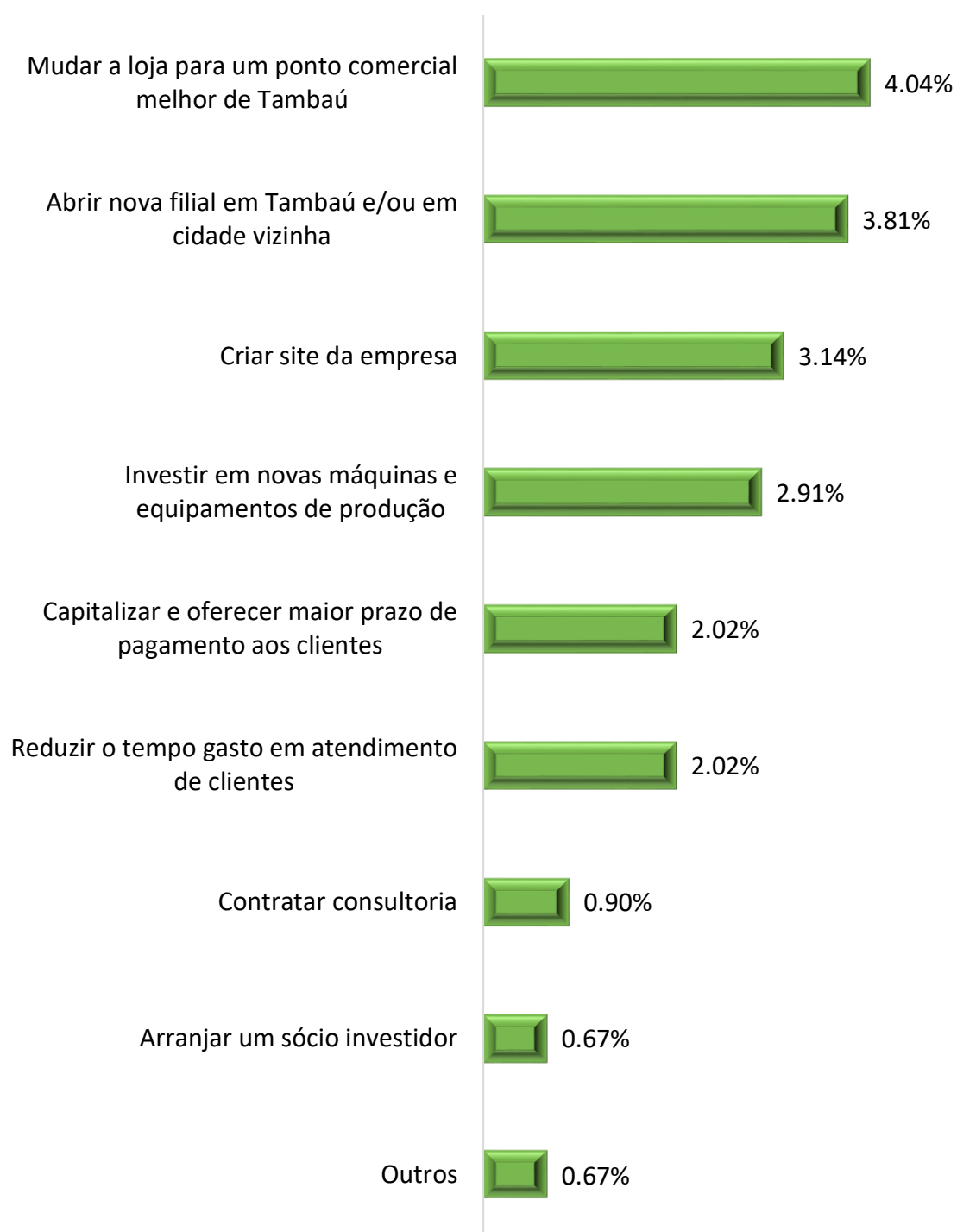
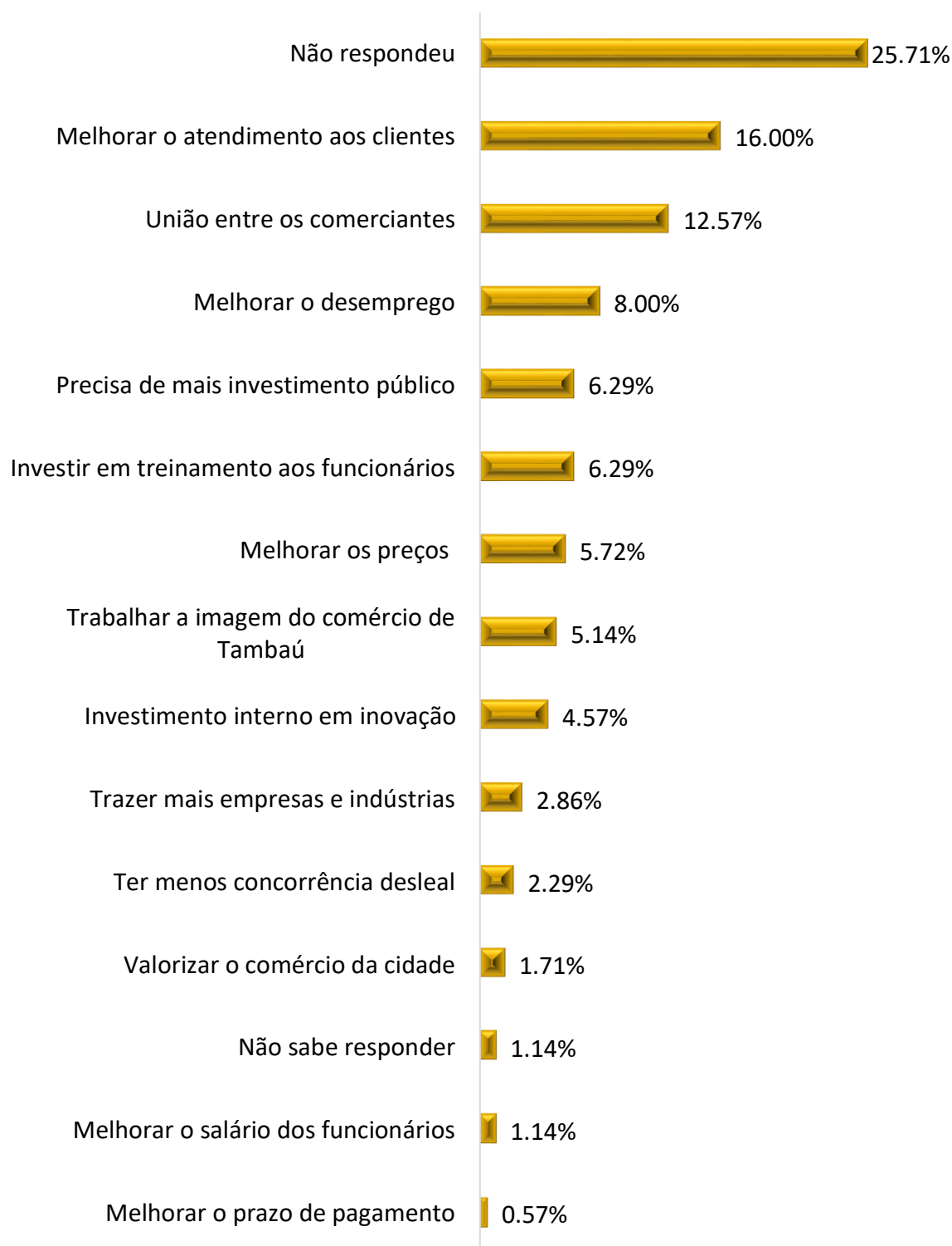


Gráfico 184 B - Quais melhorias e investimentos a empresa pretende fazer nos próximos 3 anos?



O item “outros” representa pintura e manutenção, consulta on-line e não sabe dizer.

Gráfico 185 - O que acha que as empresas do Comércio Varejista de Tambaú devem fazer para melhorar o desempenho comercial das empresas de varejo desta cidade?



11. Considerações finais

O Comércio é considerada com o uma das mais importantes atividades humanas e que contribuiu significativamente para o desenvolvimento da civilização.

A cooperação comercial tirou os homens de seu estado de isolamento e promoveu o agrupamento para que resolvessem os seus problemas comuns como a produção de alimentos, vestimentas, ferramentas e utensílios que eram produzidos para troca, promovendo o início do escambo e o desenvolvimento da econômica como conhecemos hoje.

O comércio é parte fundamental da história humana, poderosa ferramenta de satisfação de necessidades, de progresso e desenvolvimento, fonte de empregos, geração e partilha de riquezas, soberano instrumento de abastecimento em qualquer sistema político ou ideológico, que alimenta e veste a humanidade, impulsiona a indústria, o agronegócio e por tudo isto colabora para gerar a prosperidade.

Quando tratamos do comércio na nossa cidade, essas questões precisam ser lembradas para que cada elo da cadeia do comércio compreenda a sua importância e os fundamentos desta arte, de como ela é antiga, mágica e preciosa na manutenção da vida e da estrutura social.

Atender bem, fazer uma boa venda, fixar aquela experiência positiva do momento da venda na lembrança do cliente é a razão pela qual o negócio no qual trabalhamos se perpetuará e infelizmente, a falta destes ingredientes é a razão pela qual muitos negócios não vão bem.

Os comércios das cidades de pequeno e médio porte estão sendo desafiados a criar um novo modelo de vendas, uma vez que temos a venda pela internet que a pandemia acelerou, as cidades da região que são concorrentes diretos, sem falar no consumidor que busca não só o produto, mas uma experiência de compra que é o conjunto: produto, atendimento, espaço físico, forma de pagamento, agilidade, atenção etc.

Em função de todos os movimentos de mudança que o comércio já vinha vivendo nos últimos anos, aliado às mudanças importantes geradas pela pandemia, o comércio vai mudar, mas como parte importante das conquistas humanas, ele vai continuar a existir.

Novos métodos de interação e comércio devem ser encontrados, a experiência da venda deve continuar e precisamos aprender a fazer dela um encantamento, um evento inesquecível.

Em geral o comerciante tem uma certa resistência de mudar e acredita que as dificuldades do comércio estão localizadas nas ações do poder público somente no que se refere à trânsito, calçadas e eventos. No entanto, os novos clientes com as suas novas necessidades, aliados à novas ferramentas de vendas, estão de certa maneira pressionando para uma revisão nos processos de vendas, na abordagem do cliente e até mesmo no próprio produto. O inventário feito junto aos consumidores poderão em muito complementar as conclusões relativas ao comércio e enriquecer sobremaneira as propostas de reorganização e modernização das atividades comerciais locais.



CONSUMIDOR

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

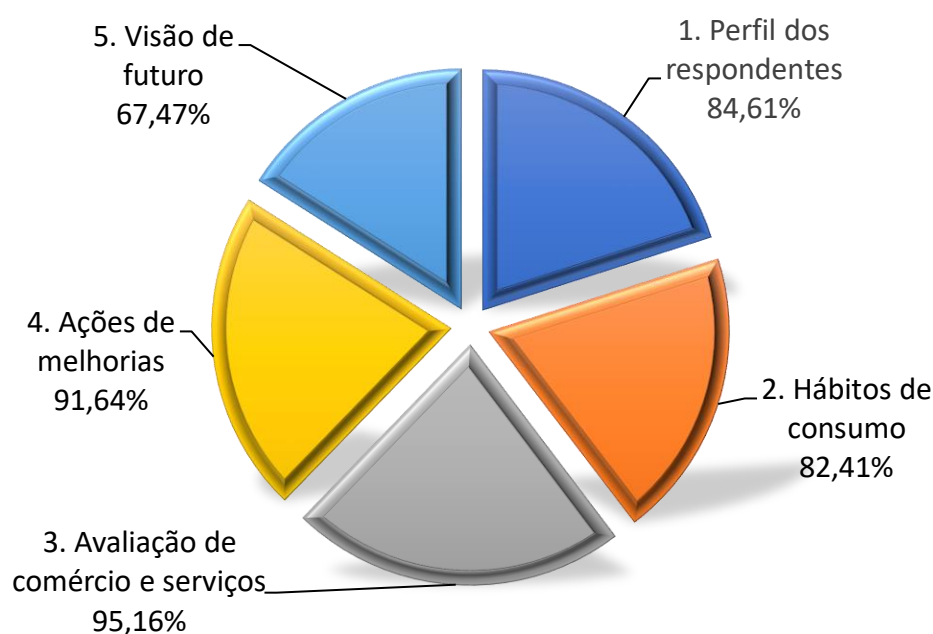
1. Quadro geral de respostas

A tabela 11 e gráfico 186 representam o número de consumidores respondentes e o correspondente percentual. Ressalta-se o tema “Avaliação do Comércio e Serviços” com 95,16% das respostas. Na sequência “Ações de melhorias” é a segunda maior preocupação, seguida de “Hábitos de Consumo” e “Visão de Futuro”. O “Perfil dos respondentes” não está sendo considerado aqui como uma preocupação dos consumidores, uma vez que está ligado às características desta amostra. Total de 455 respondentes. Não houve resposta desconsiderada.

Tabela 11 – Percentual de Participantes dos Temas.

Temas	No. Municípios Que Participaram	Porcentagem de Municípios
1. Perfil dos respondentes	385	84,61%
2. Hábitos de consumo	375	82,41%
3. Avaliação comércio e Serviços	433	95,16%
4. Ações de melhorias	417	91,64%
5. Visão de futuro	307	67,47%

Gráfico 186 – Percentual de Participantes dos Temas.



2. Perfil dos Respondentes

Gráfico 187 – Qual o seu sexo?

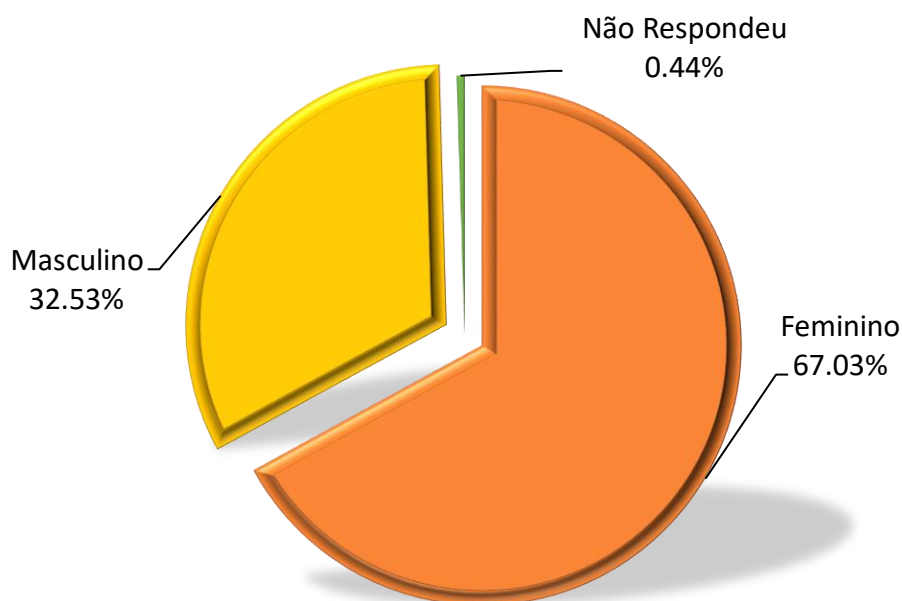


Gráfico 188 – Qual a sua idade?

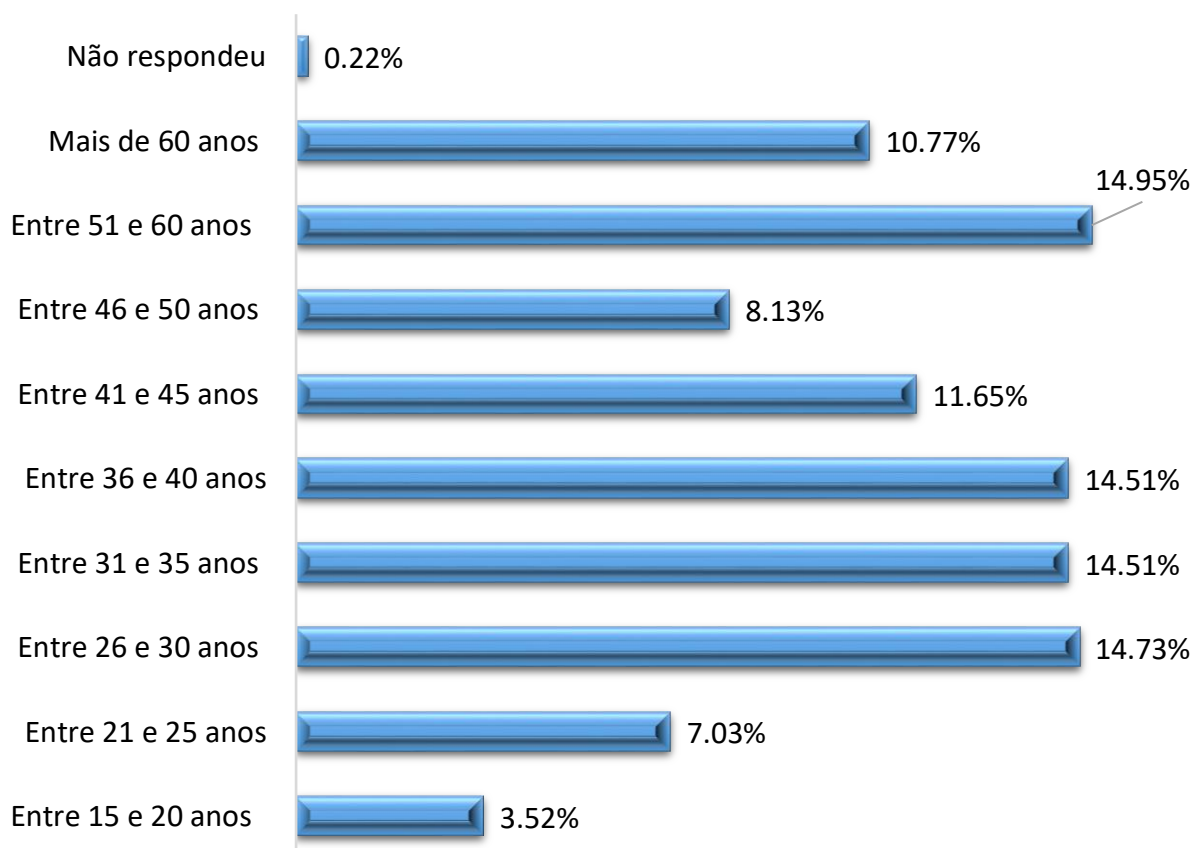


Tabela 12 – Qual o seu bairro?

Jardim Alvorada	5,49%	Patrimônio	3,29%
Chic Andrezza	1,53%	Piché	1,10%
Paulo VI	0,22%	Zona Rural	1,98%
Belmiro Ribeiro	0,22%	Vila Salemi	1,76%
Jardim Boa Esperança	3,07%	Jardim Santa Terezinha	1,10%
Jardim Santa Carolina (I e II)	6,59%	Vila São Jorge	4,61%
Centro	19,40%	São Pedro dos Morrinhos	0,66%
Jardim José Gatto	1,76%	José Betting	0,22%
Jardim do Trevo	2,85%	Wanderley Assalin	1,10%
Jardim Flórida	1,98%	Vicinal	0,22%
Jardim Luana	0,88%	Vila Maria	2,85%
Jardim Manoel Meirelles Alves	9,01%	Terras de Santo Antônio	1,53%
Jardim Mazza	0,88%	São José	0,44%
Jardim Nossa Senhora Aparecida	0,66%	Jardim Boa Lembrança	0,22%
Jardim Nova Era	0,88%	Jardim Pitas	6,59%
Vila Padre Donizetti	7,69%	Jardim Nova Aparecida	0,44%
Jardim São João	3,51%	Outra Cidade	0,22%
Jardim São Lourenço	3,29%		
Não respondeu 1,76%			

Na tabela 12 contam os bairros indicados pelos respondentes da forma como apontados nas respostas.

Gráfico 189 – Qual a sua renda familiar?

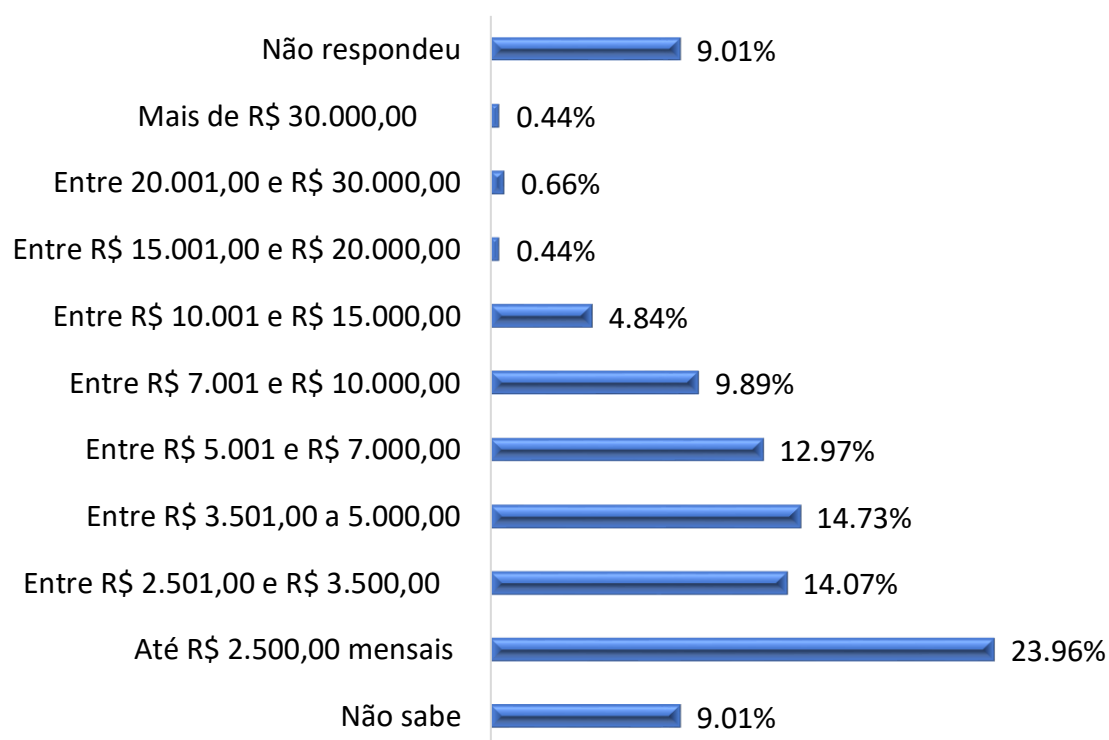
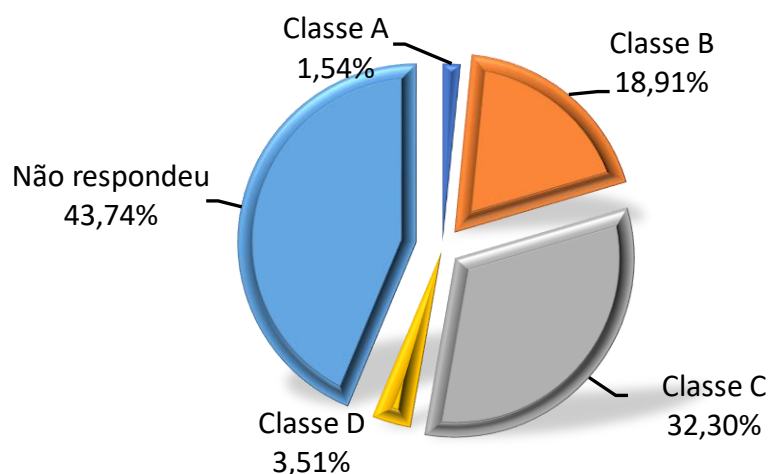


Gráfico 190 - A qual classe de renda familiar você pertence?



3. Hábito de Consumo

Gráfico 191 - Tipos de produtos de consumo que costuma comprar.

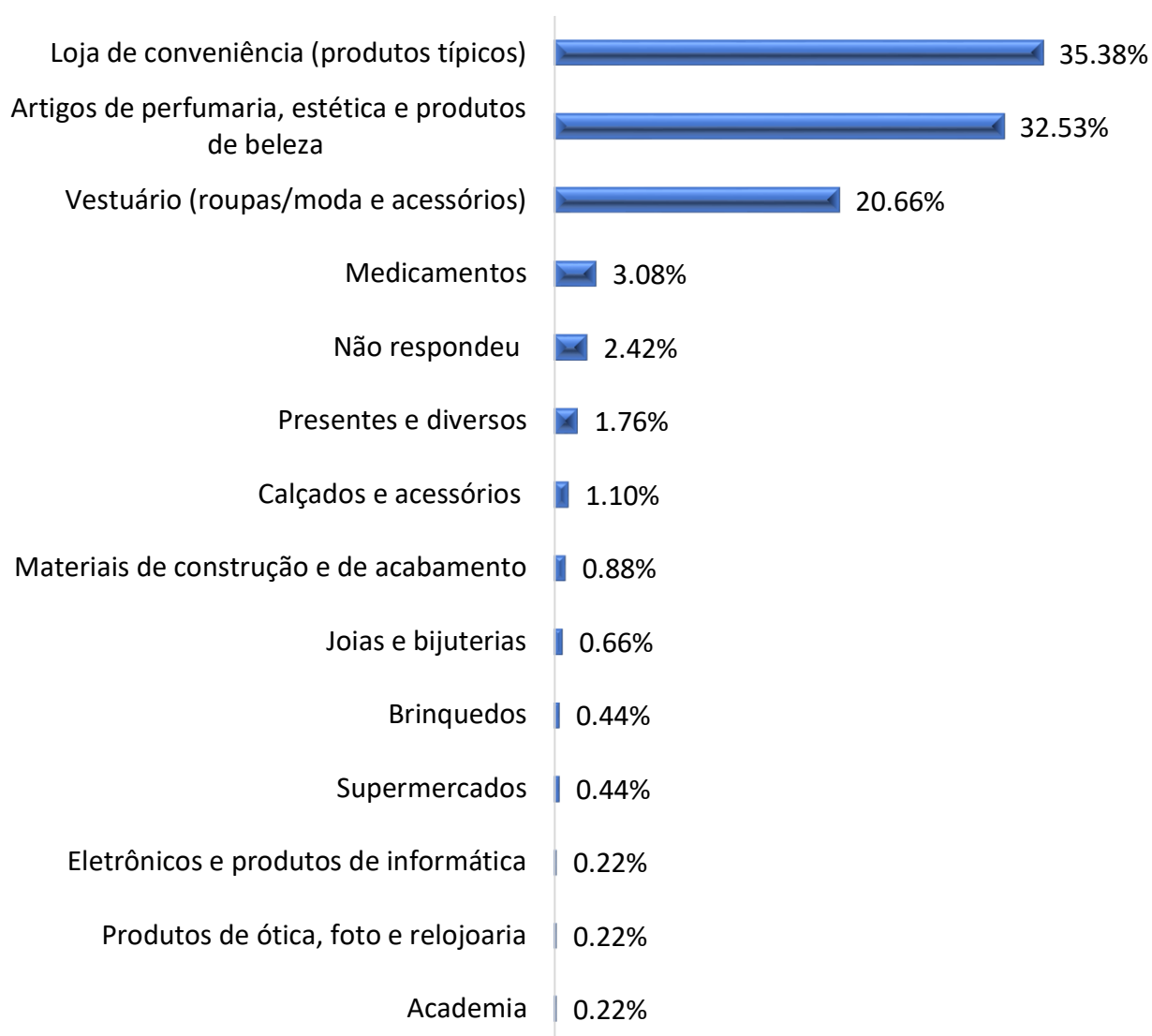


Gráfico 192 - Indique os hábitos de compras da sua família, de produtos alimentares e de se alimentar fora de casa **em restaurantes**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

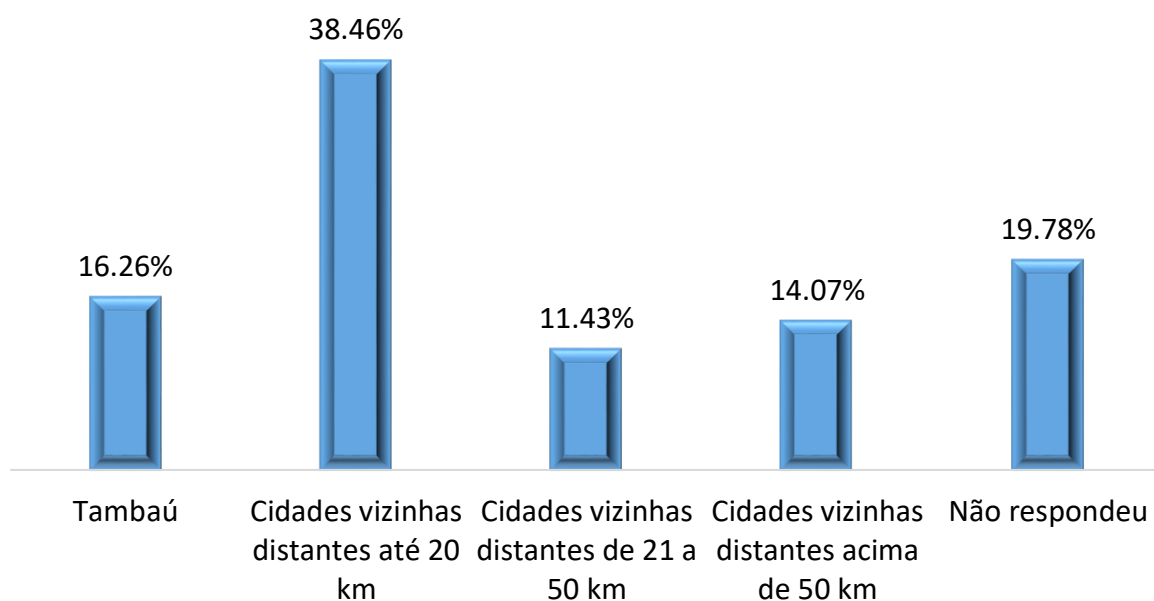


Gráfico 193 - Indique os hábitos de compras da sua família, de produtos alimentares e de se alimentar fora de casa **em bares e choperias**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

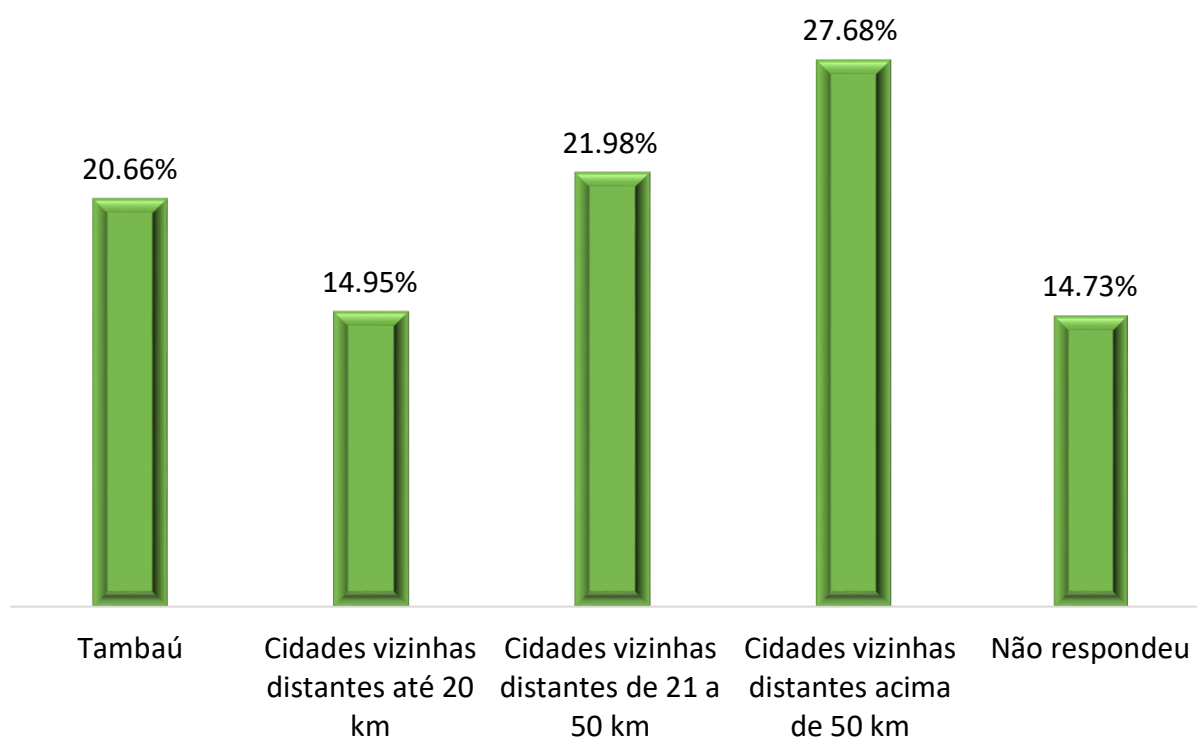


Gráfico 194 - Indique os hábitos de compras da sua família, de produtos alimentares e de se alimentar fora de casa **em lanchonetes**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

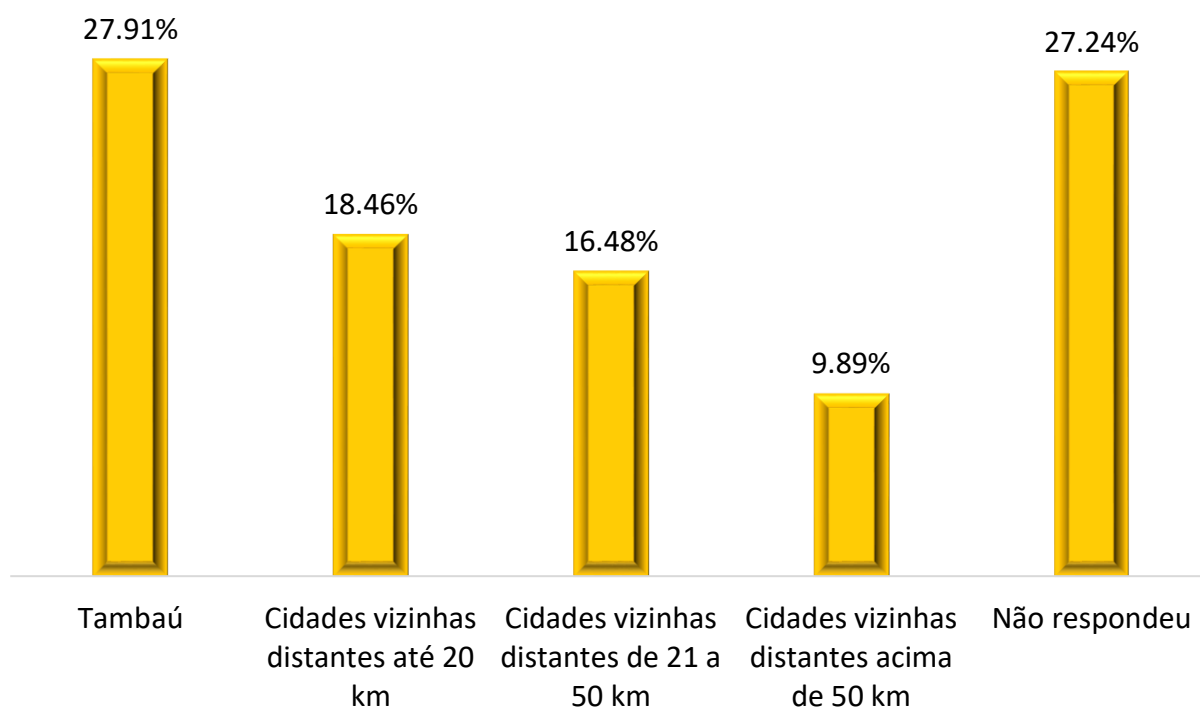


Gráfico 195 - Indique os hábitos de compras da sua família, de produtos alimentares e de se alimentar fora de casa **em cafeterias**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

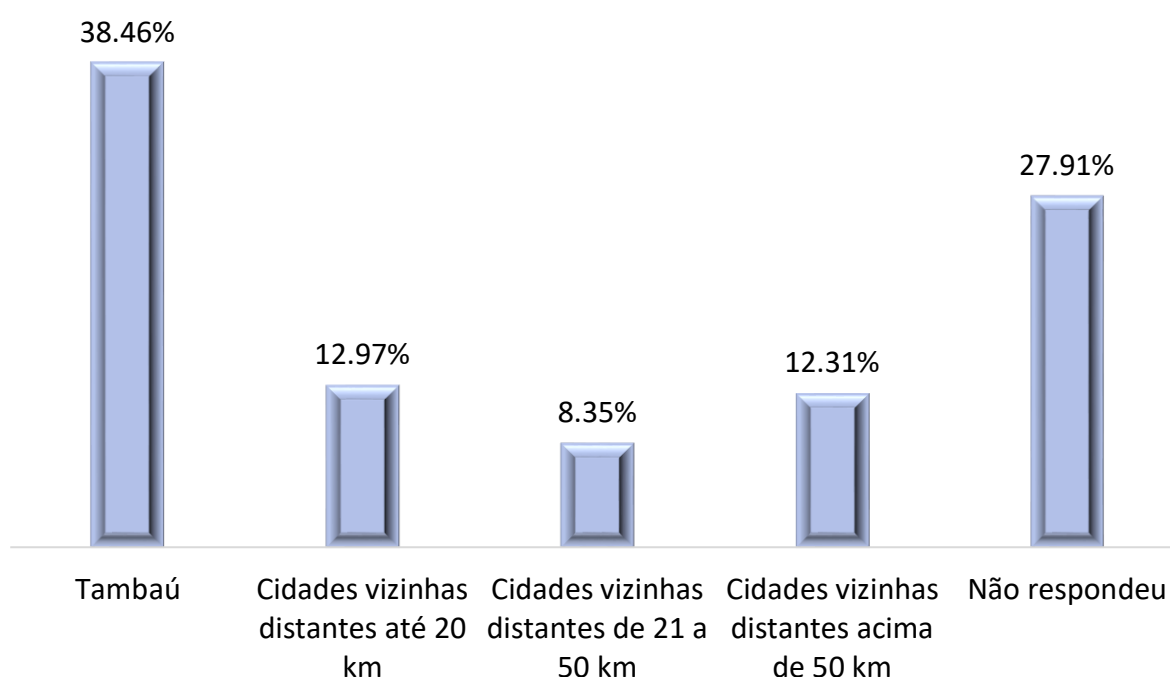


Gráfico 196 - Indique os hábitos de compras da sua família, de produtos alimentares e de se alimentar fora de casa em **padarias e confeitarias**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

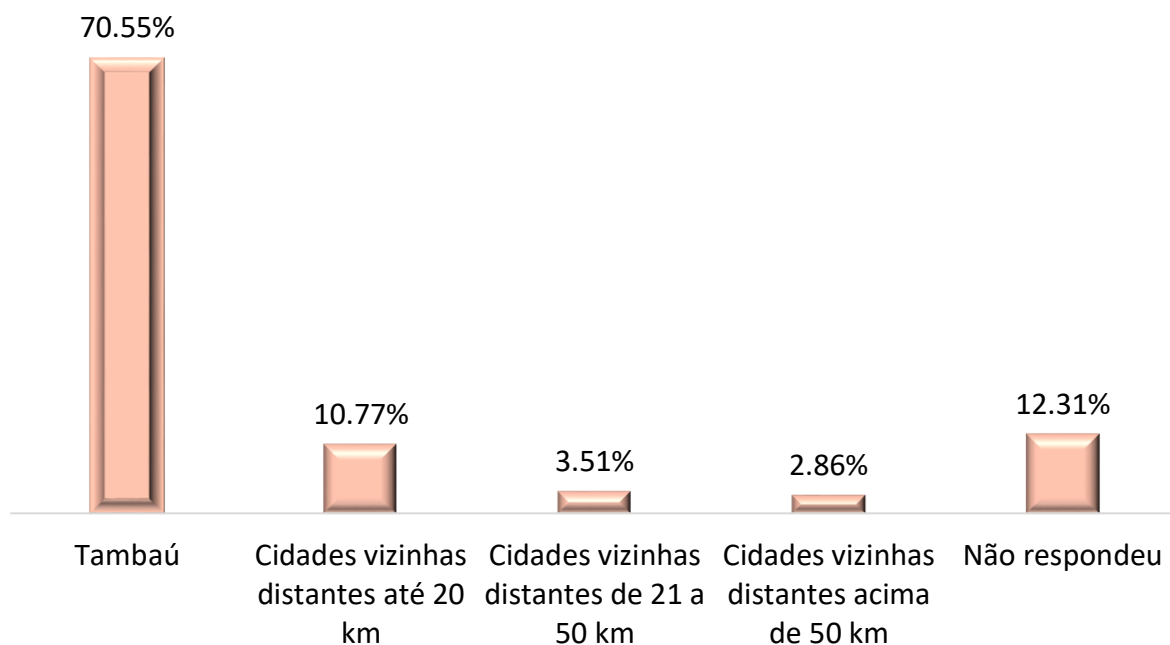


Gráfico 197 - Indique os hábitos de compras da sua família, de produtos alimentares e de se alimentar fora de casa em **alimentos industrializados, produtos típicos de supermercados, bebidas e outros**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

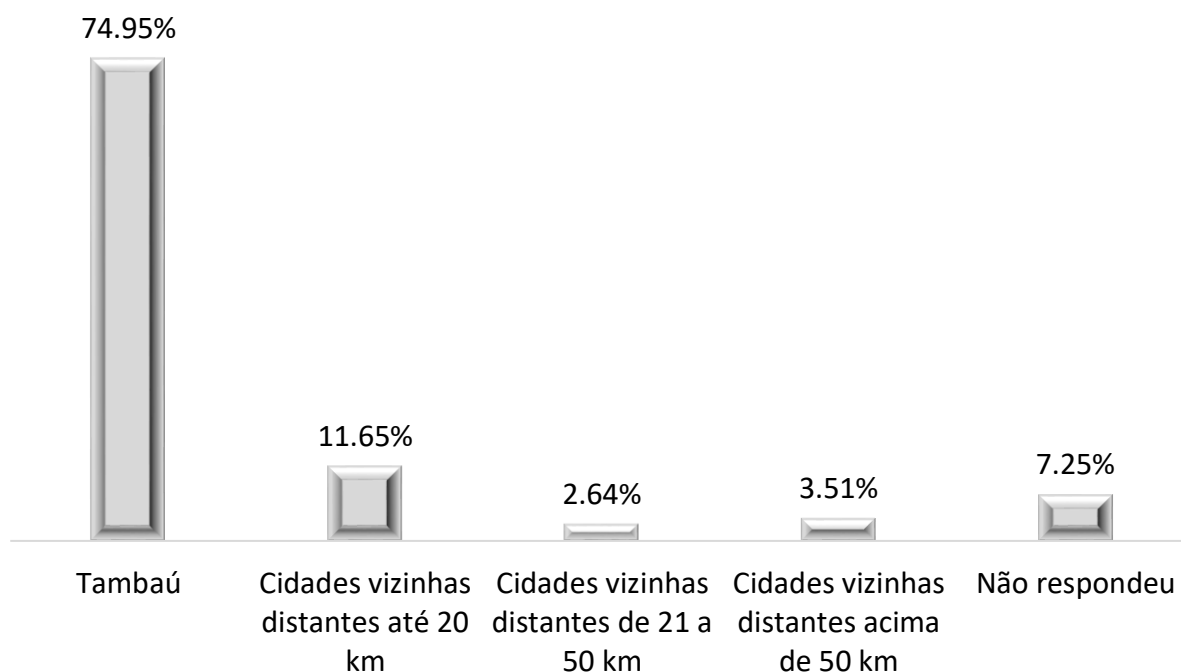


Gráfico 198 - Indique os hábitos de compras da sua família, de produtos alimentares e de se alimentar fora de casa em **alimentos frescos, verduras, legumes, frutas e etc.** (Em Tambaú ou em outras cidades).

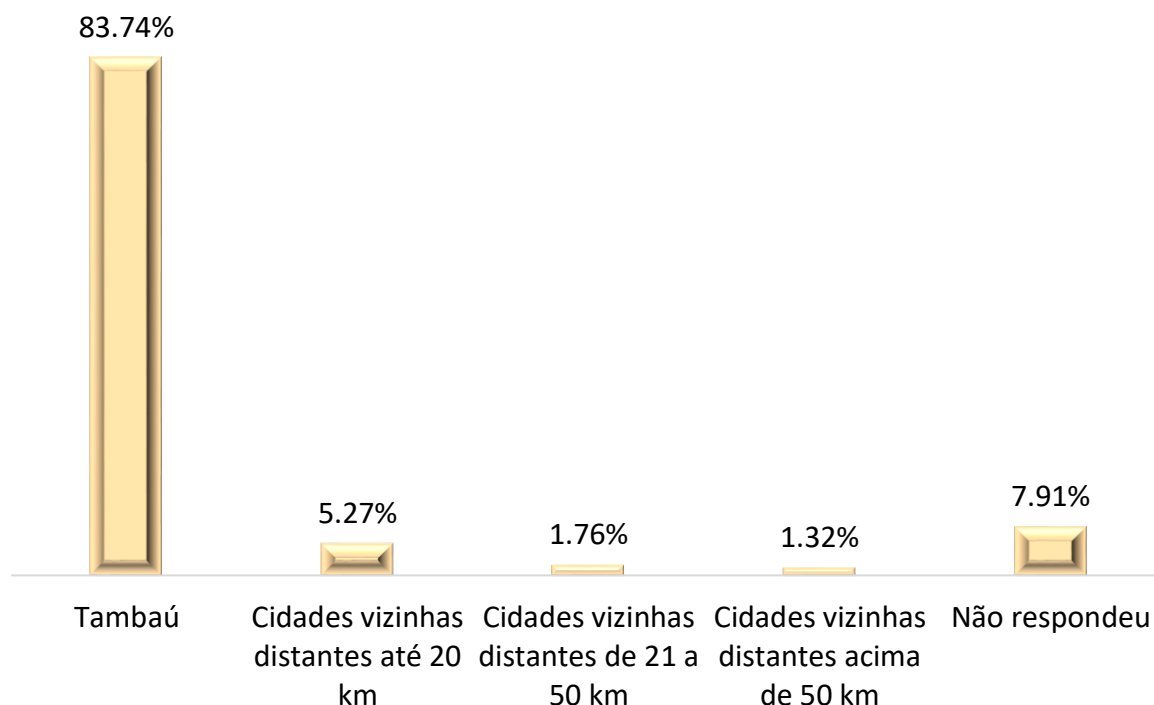


Gráfico 199 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de cabeleireiro, estética, manicure, barbearia e outros.** (Em Tambaú ou em outras cidades).

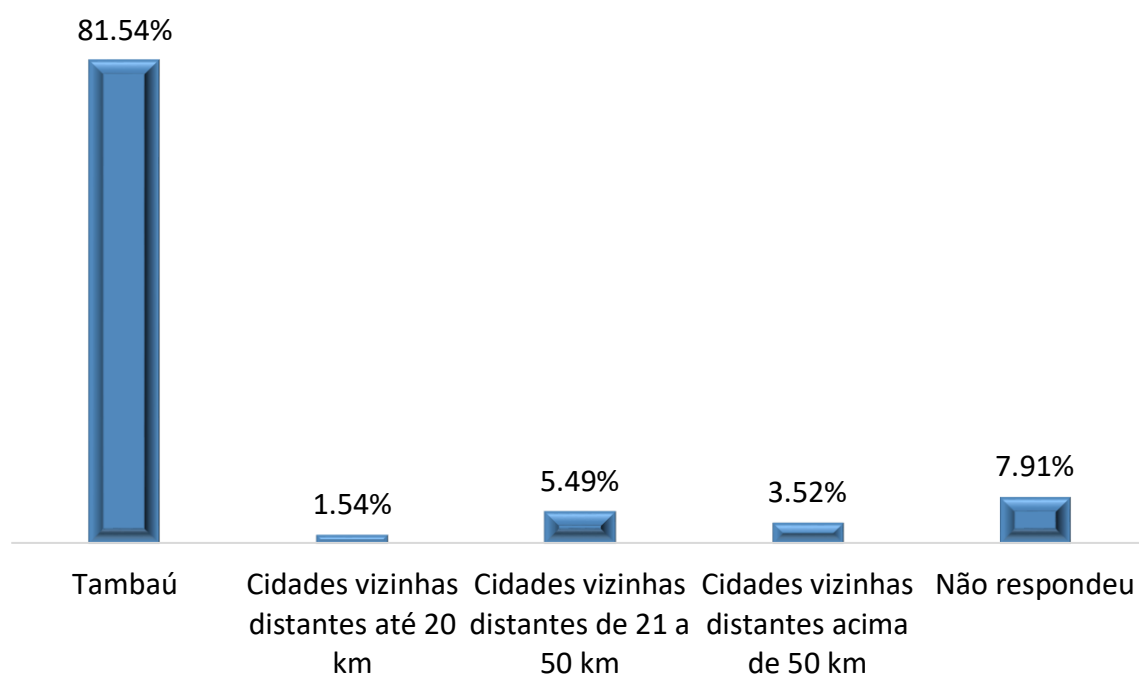


Gráfico 200 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços bancários e financeiros (banco, seguros, outros)**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

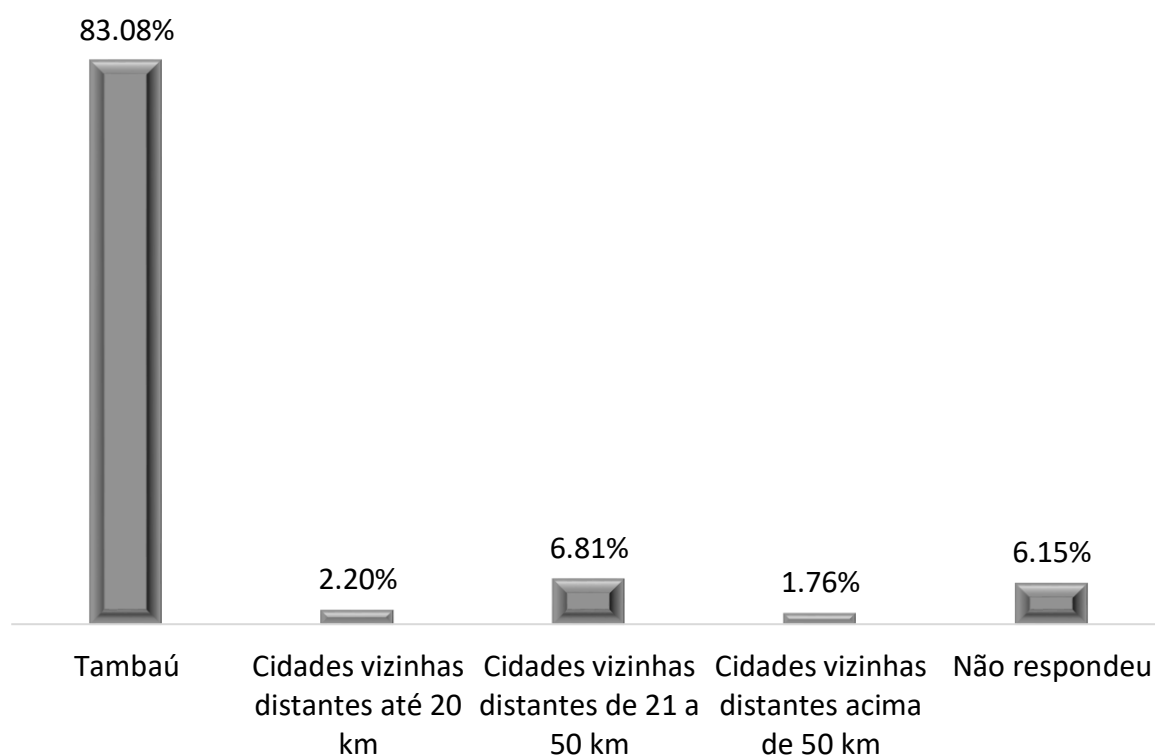


Gráfico 201 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços médicos e de saúde**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

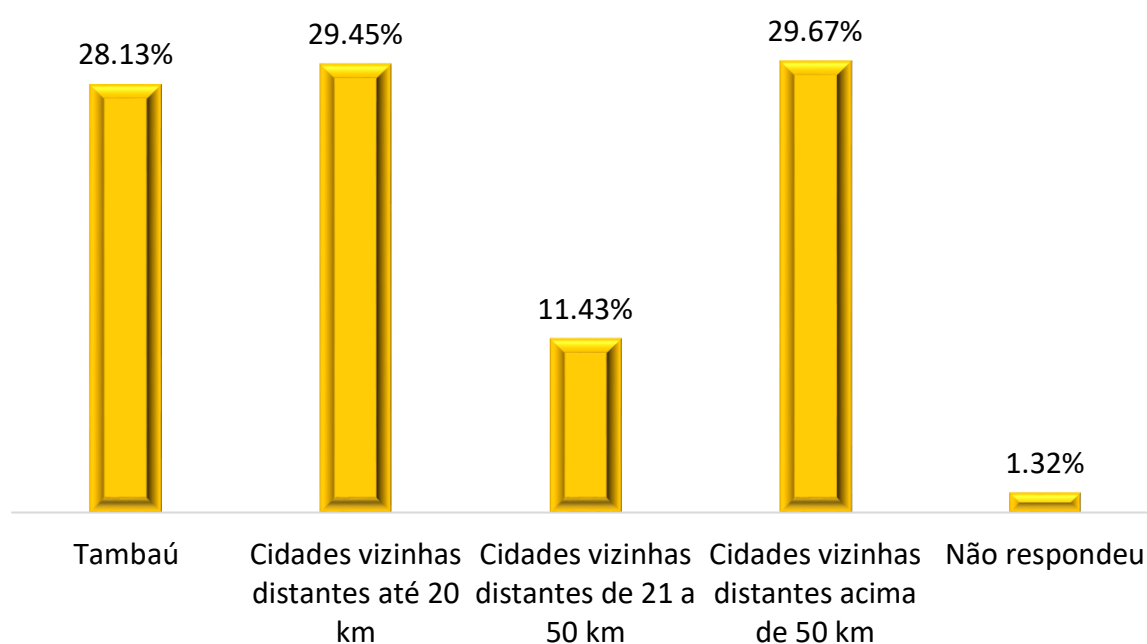


Gráfico 202 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de fitness, academias de natação, esportes, outros**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

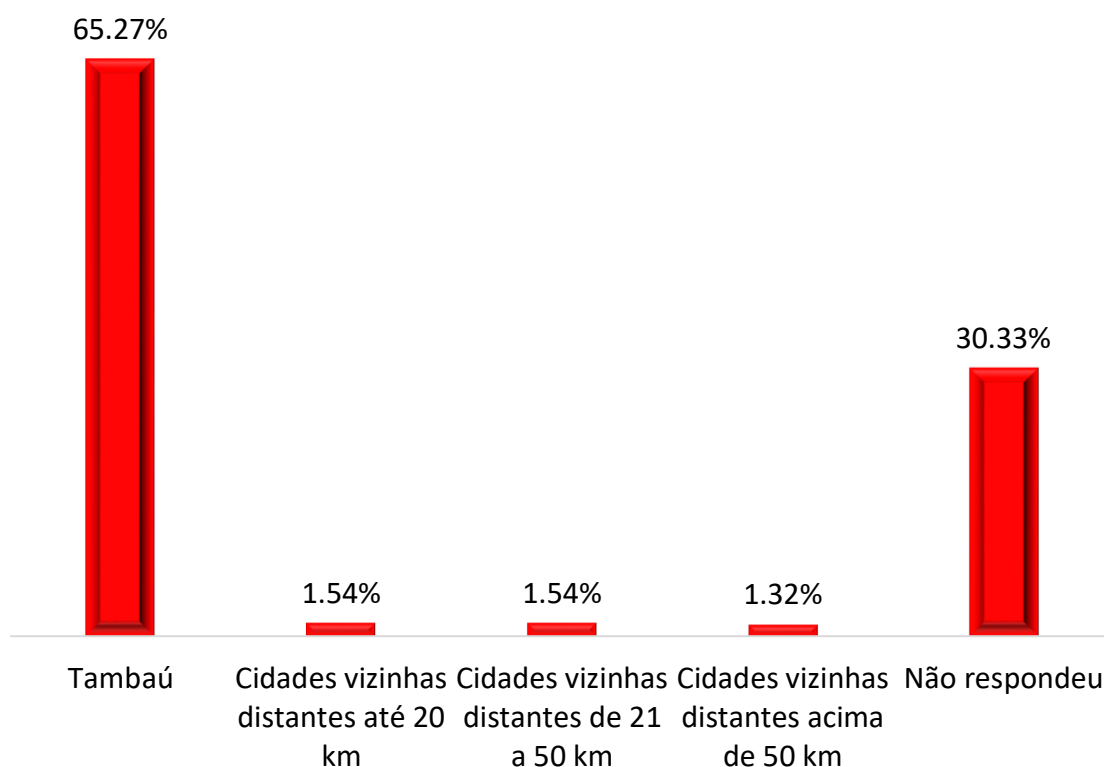


Gráfico 203 - Indique os hábitos de compras da sua família, de serviços de **assistência técnica para equipamentos eletroeletrônicos e informática de uso doméstico**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

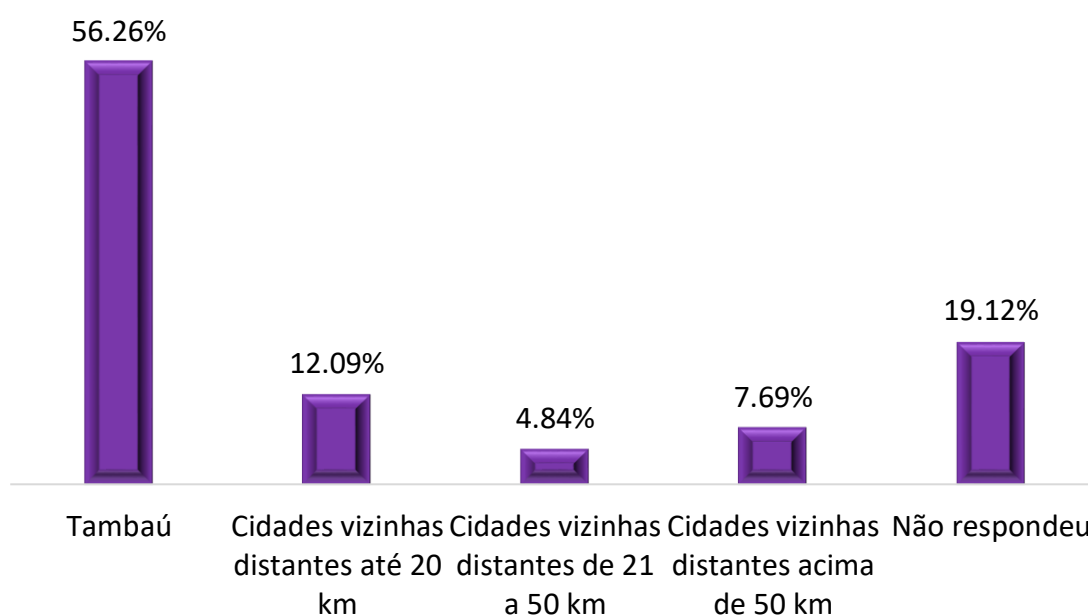


Gráfico 204 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de turismo e agência de viagem**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

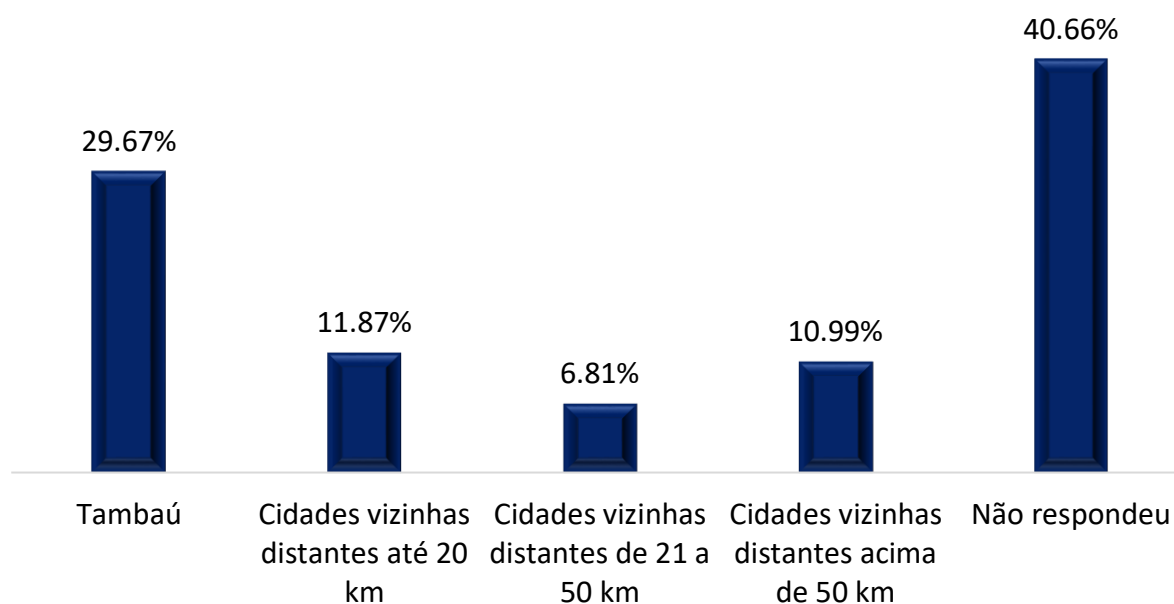


Gráfico 205 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de buffet e de eventos** (serviços em espaços para festas de aniversário, casamentos, reuniões profissionais, outros). (Em Tambaú ou em outras cidades).

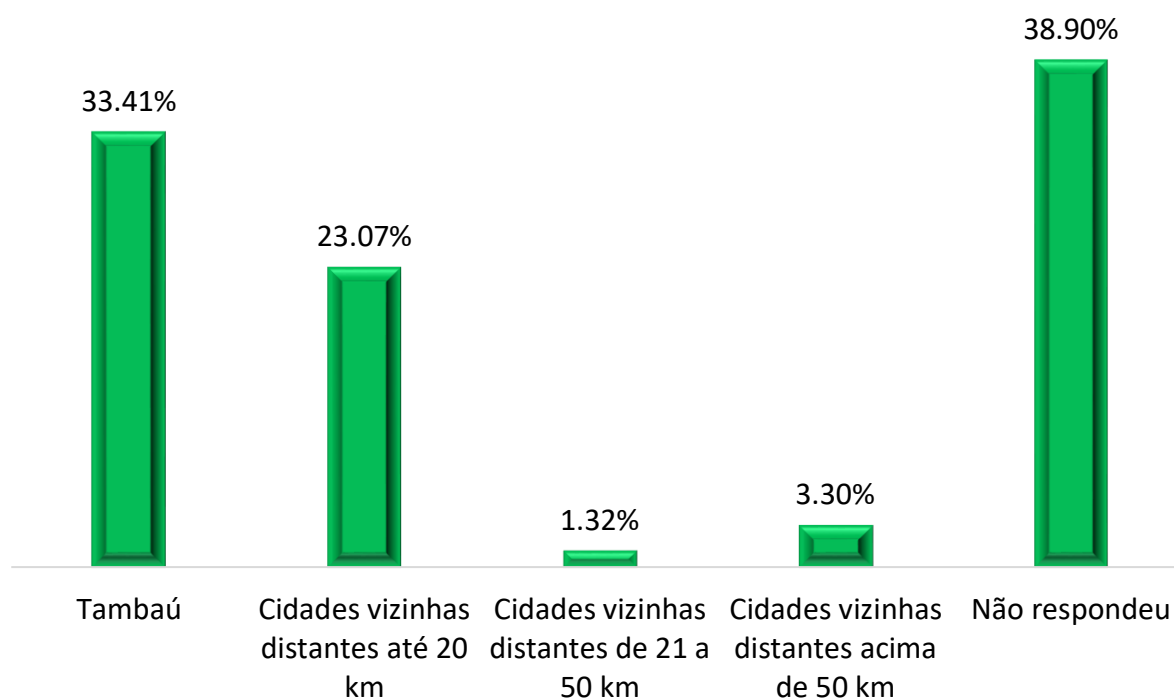


Gráfico 206 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de engenharia, arquitetura, construção e design de interiores**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

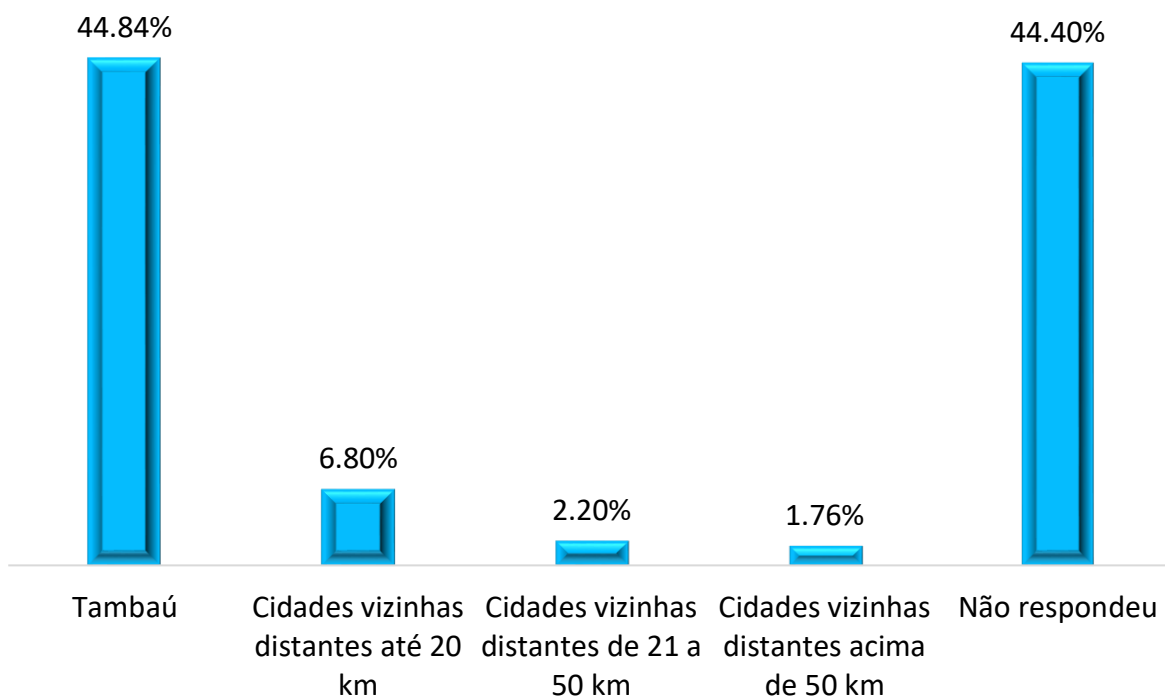


Gráfico 207 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços elétricos, hidráulicos e de pedreiro de reformas e manutenção predial residencial**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

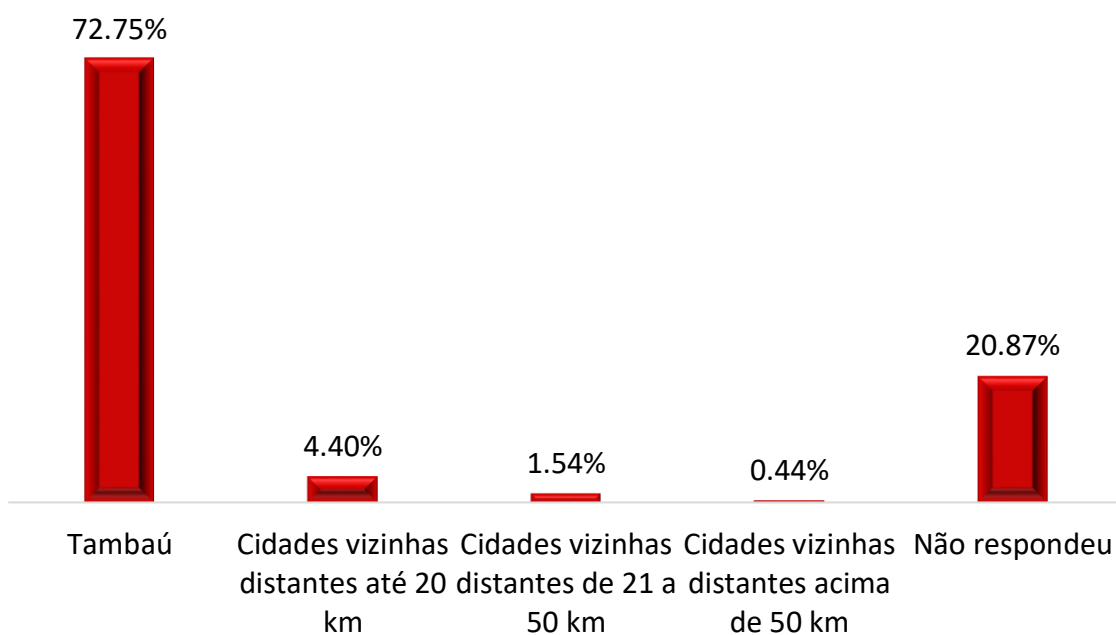


Gráfico 208 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de hospedagem (hotéis, pousadas e pensões)**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

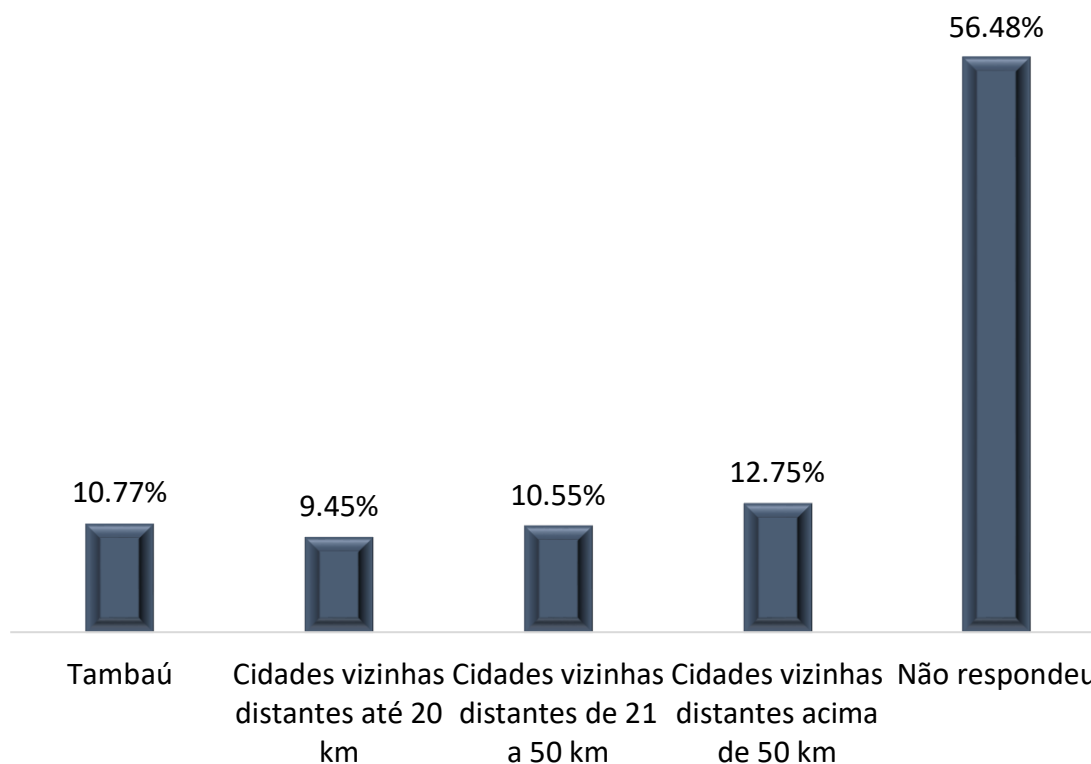


Gráfico 209 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de administração imobiliária, condomínios e bens** (Em Tambaú ou em outras cidades).

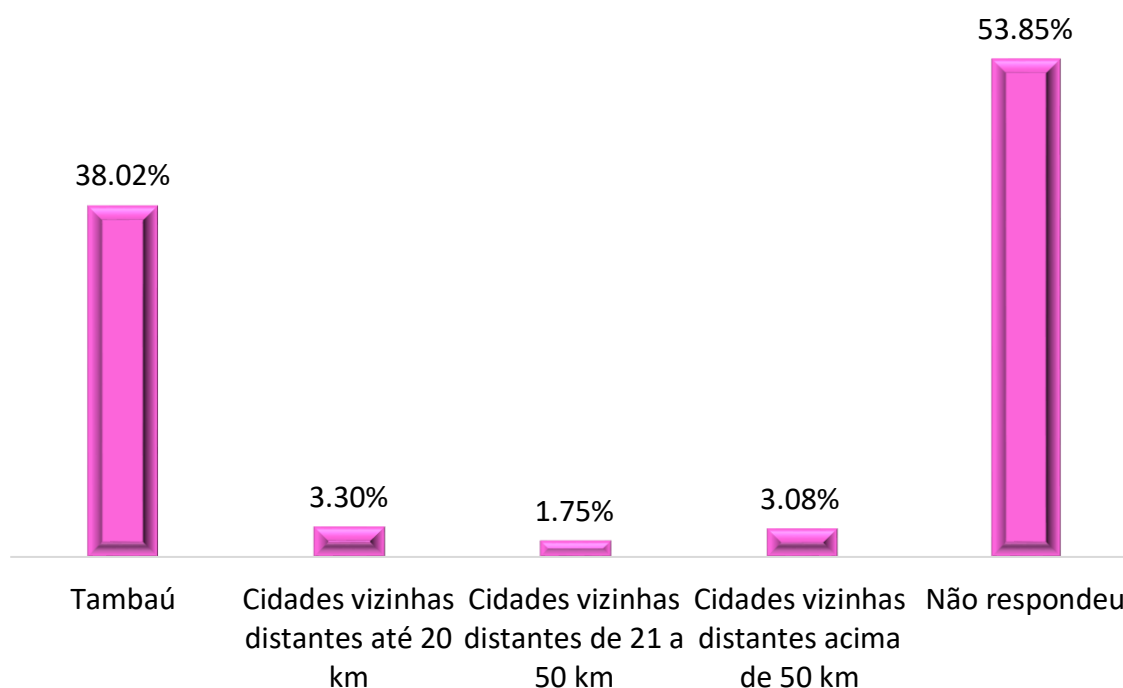


Gráfico 210 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de educação infantil (maternal, creches, berçários)**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

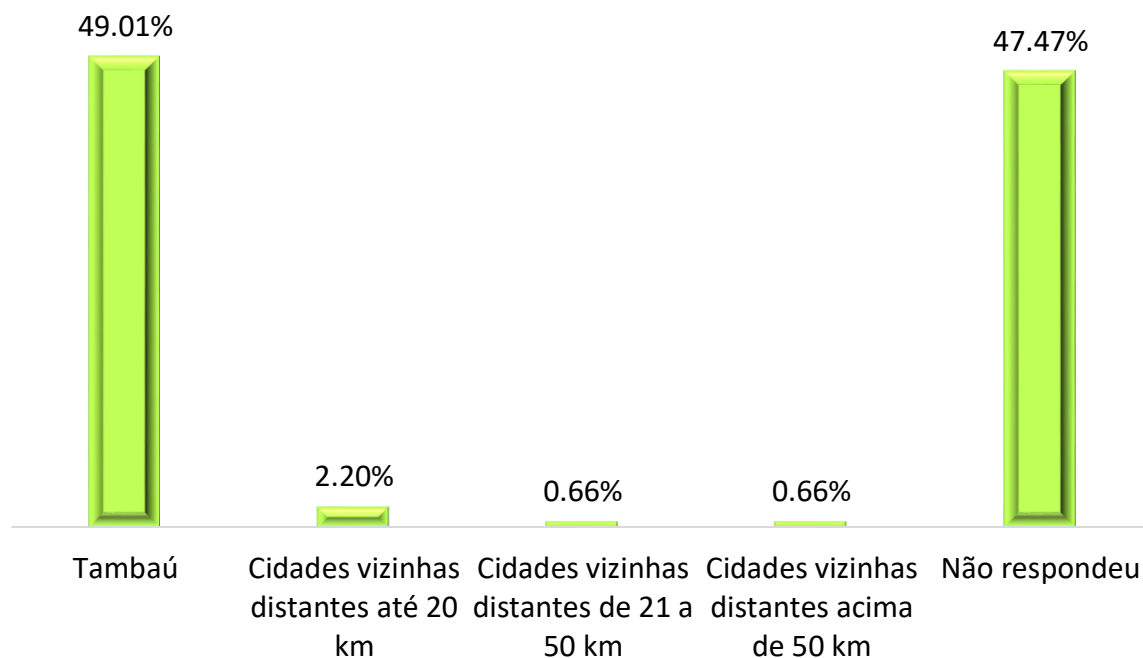


Gráfico 211 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de ensino de idiomas**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

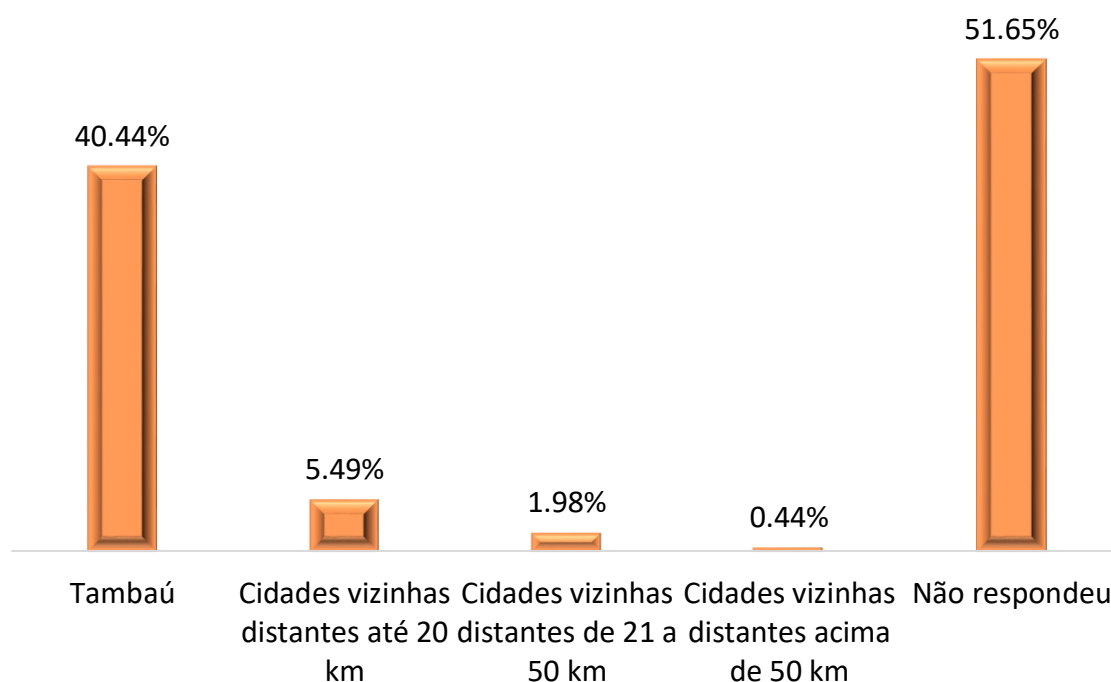


Gráfico 212 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de ensino fundamental e ensino médio**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

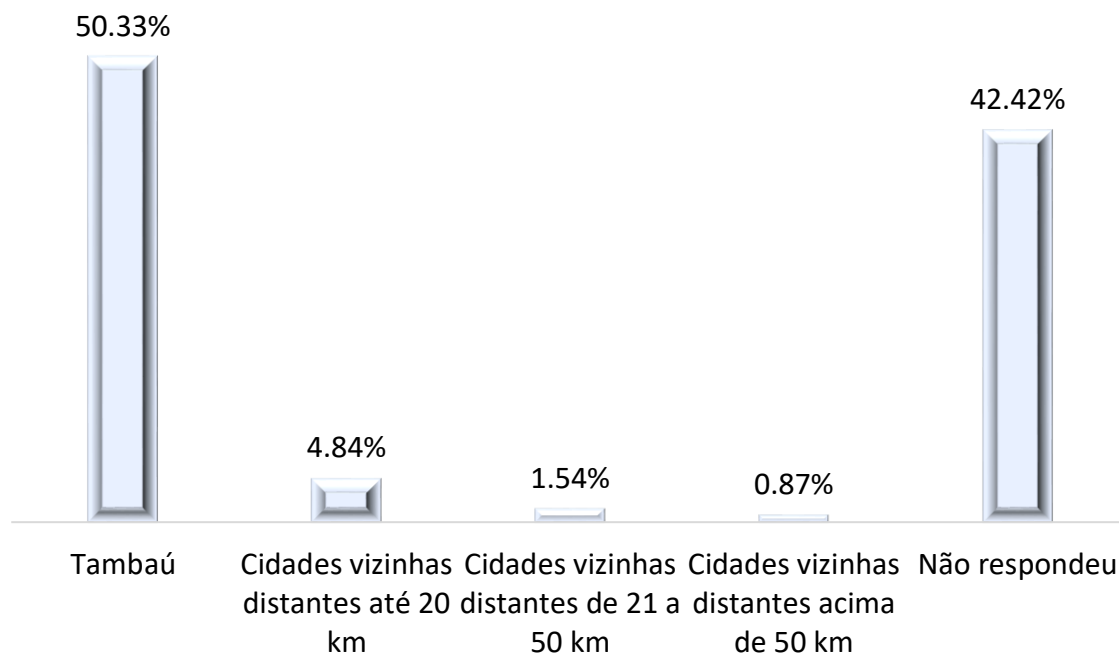


Gráfico 213 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de ensino técnico**. (Em Tambaú ou em outras cidades).

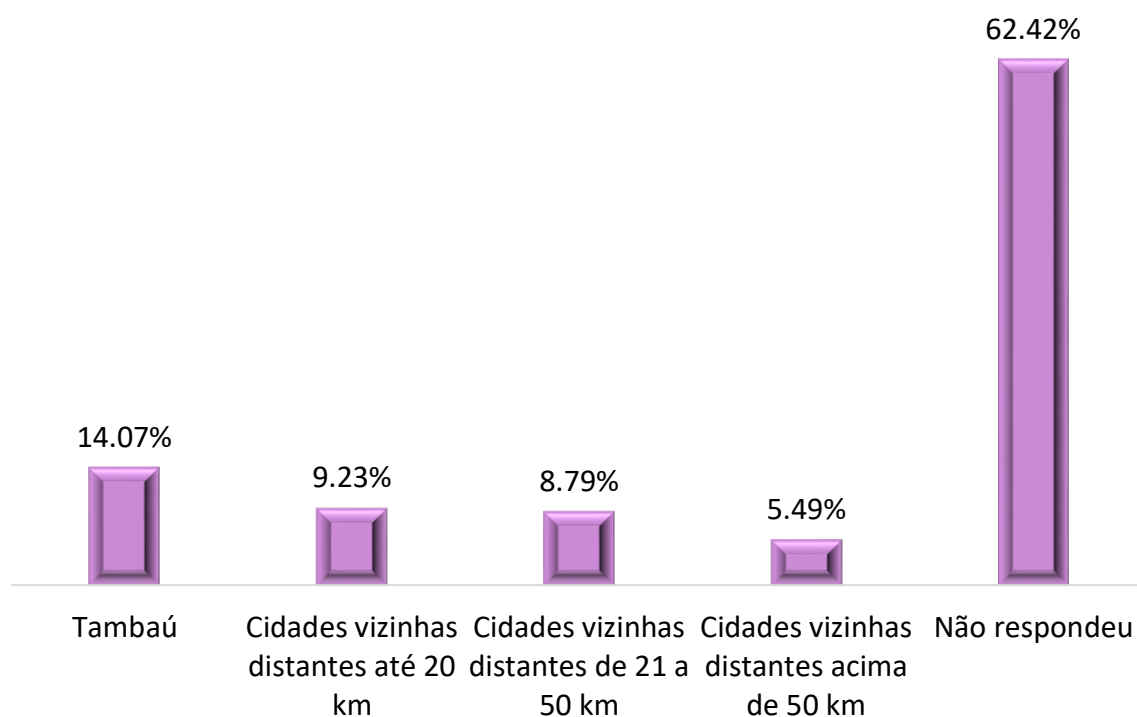


Gráfico 214 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços automotivos** (oficina mecânica, centro automotivo, lubrificação, outros). (Em Tambaú ou em outras cidades).

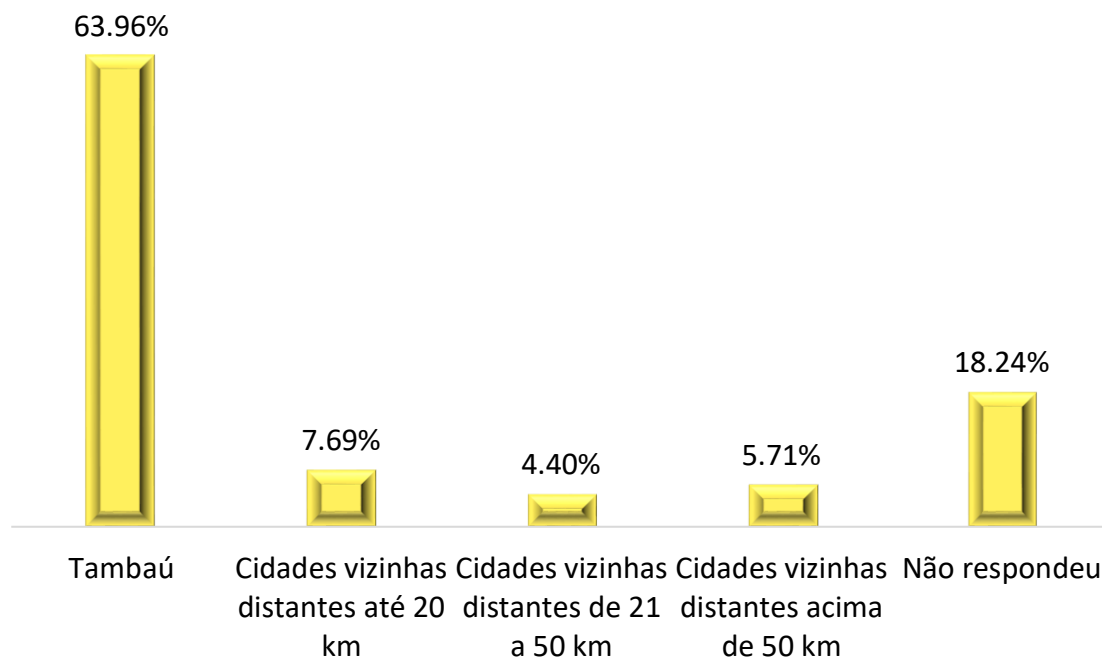


Gráfico 215 - Indique os hábitos de compras da sua família, de **serviços de seguros** (para autos e veículos automotores, de vida, outros) (Em Tambaú ou em outras cidades).

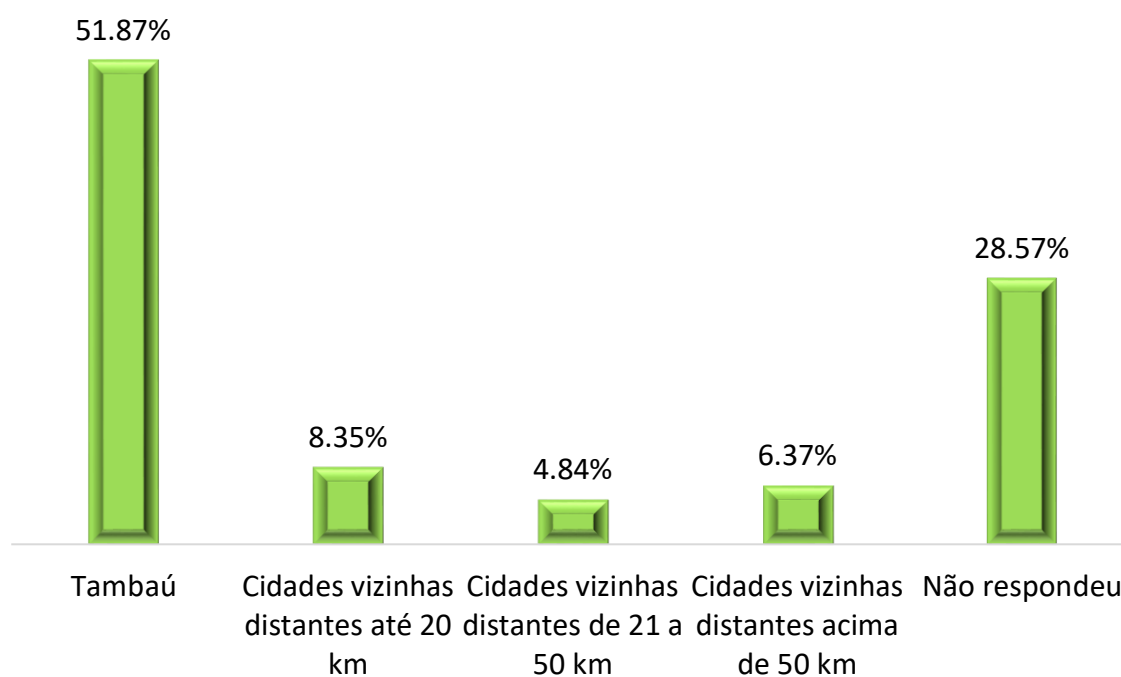


Gráfico 216 - Indique os hábitos de compras da sua família, **de serviços de consórcios** (veículos, motos, outros). (Em Tambaú ou em outras cidades).



Gráfico 217 - Indique os hábitos de compras da sua família, **de serviços de cooperativas** (de compras, consumo, outros). (Em Tambaú ou em outras cidades).

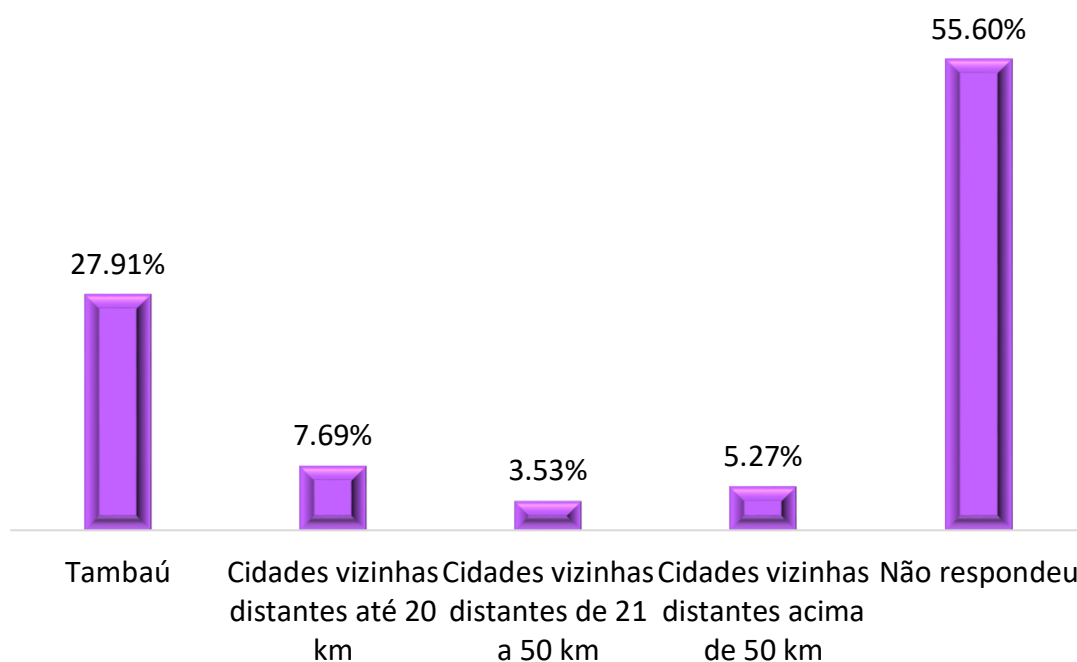


Gráfico 218 - Indique os hábitos de compras da sua família, de serviços **de consertos de sapataria, vestuário, outros** (Em Tambaú ou em outras cidades).

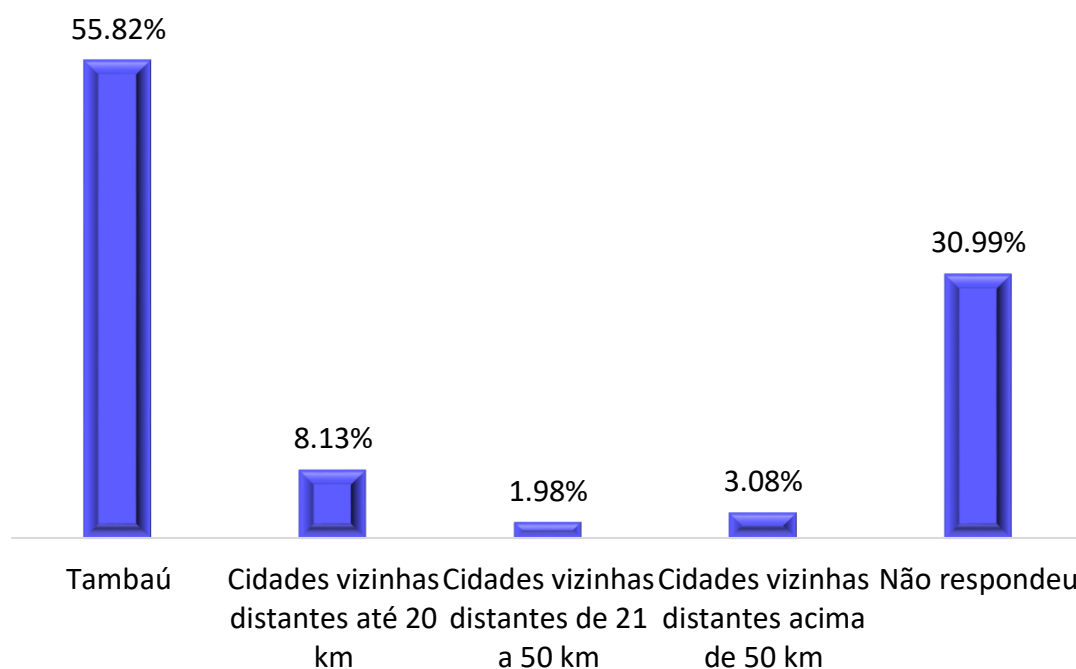


Gráfico 219 A - Dos produtos e serviços que indicou comprar ou contratar em outras cidades, aponte os motivos.

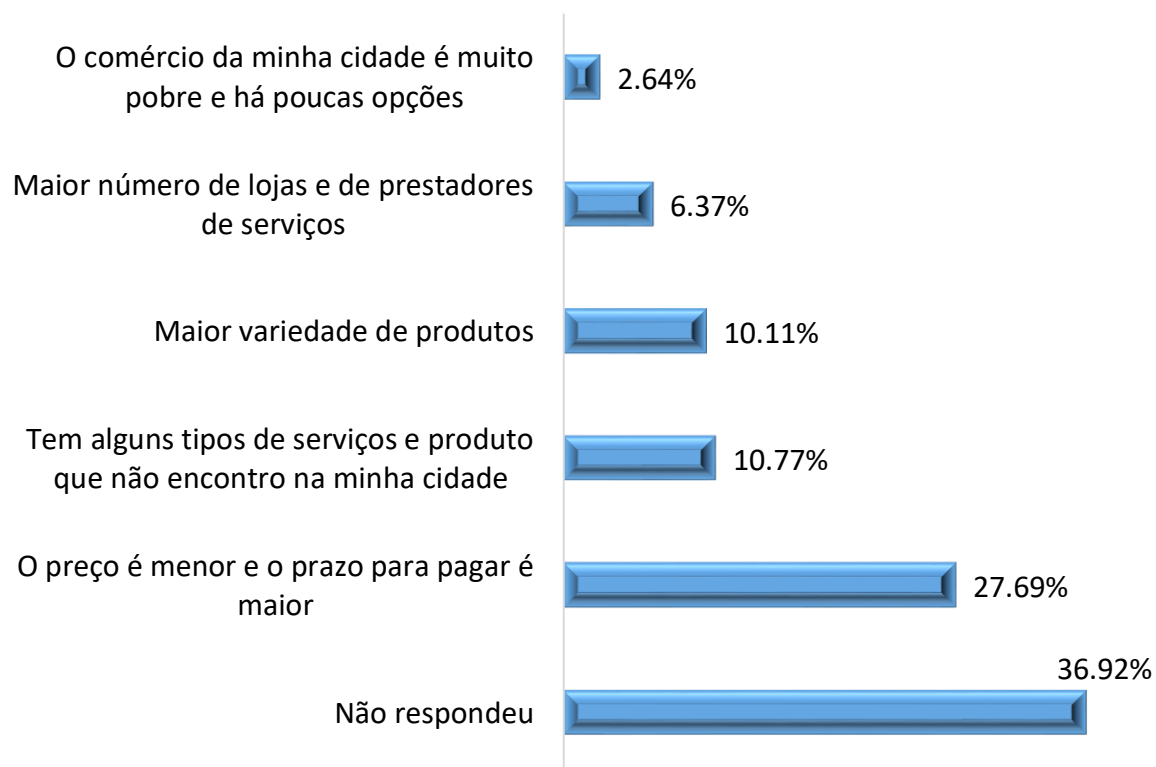


Gráfico **219 B** - Dos produtos e serviços que indicou comprar ou contratar em outras cidades, aponte os motivos.

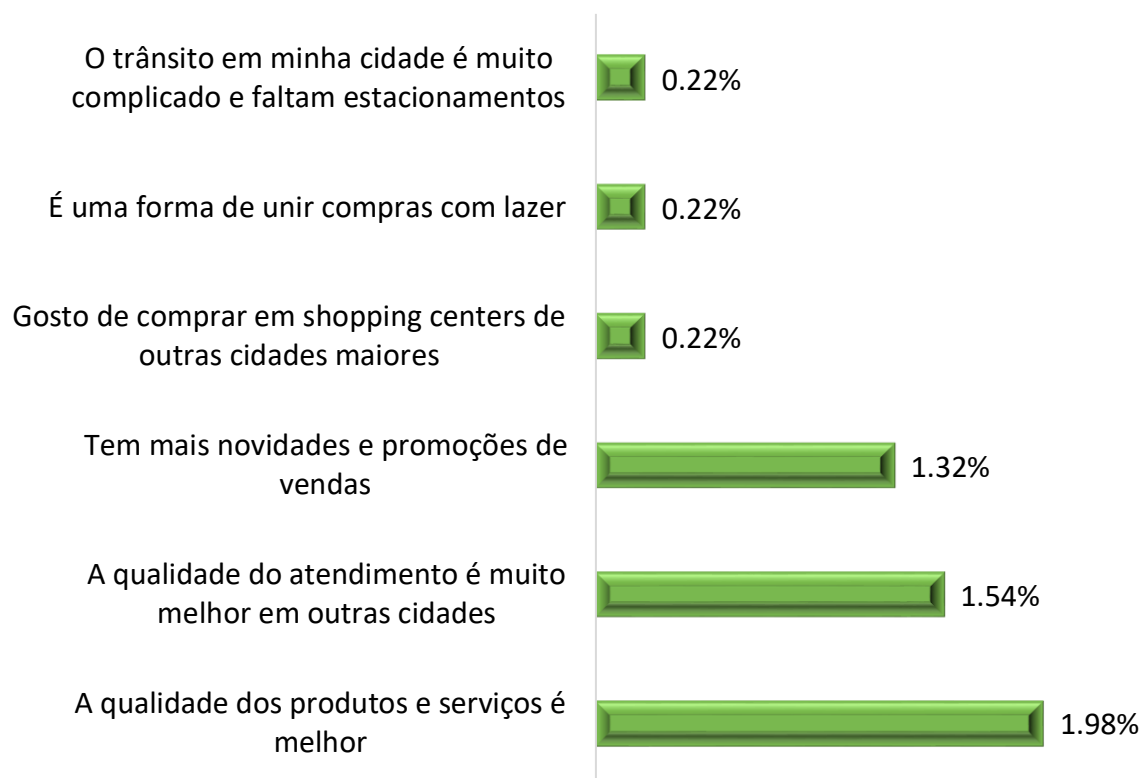


Gráfico **220 A** - Dos produtos e serviços que indicou comprar ou contratar em outras cidades, aponte os motivos para os produtos alimentares e alimentação fora de casa.

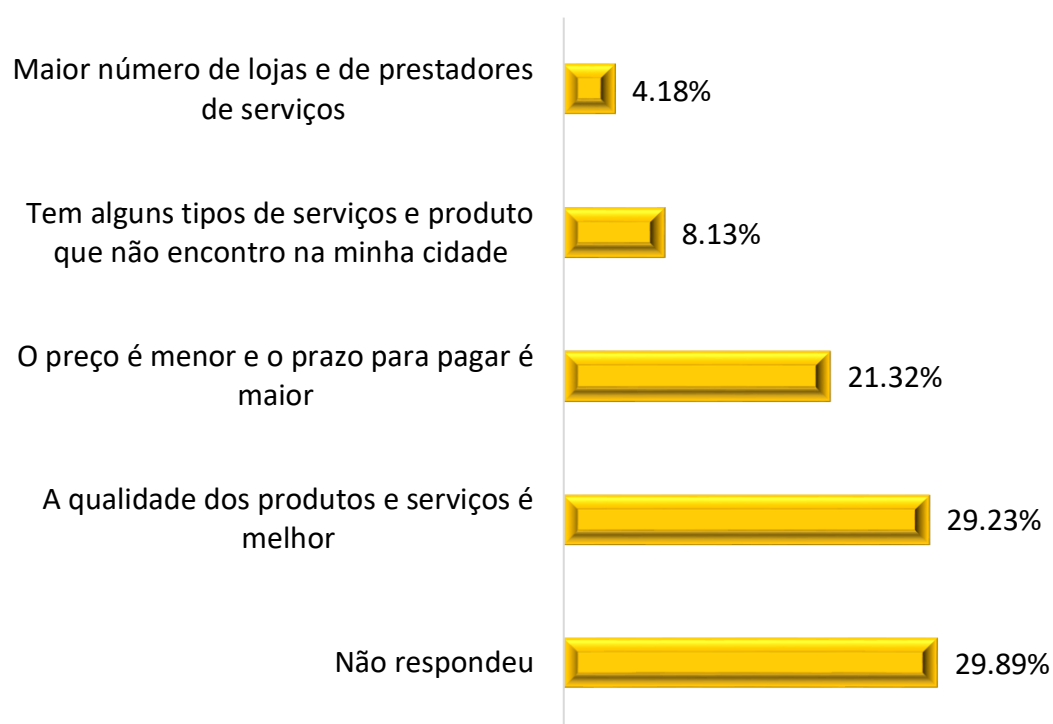


Gráfico **220 B** - Dos produtos e serviços que indicou comprar ou contratar em outras cidades, aponte os motivos para os produtos alimentares e alimentação fora de casa.

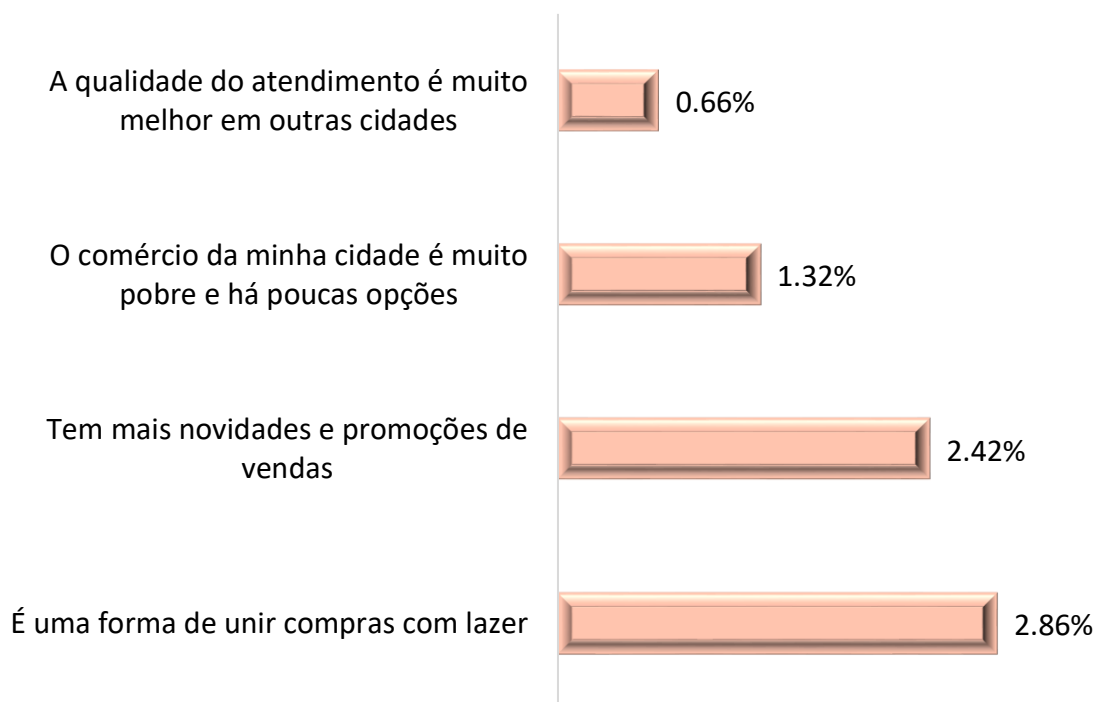


Gráfico **221 A** - Dos produtos e serviços que indicou comprar ou contratar em outras cidades, aponte os motivos para a contratação ou compra de serviços.

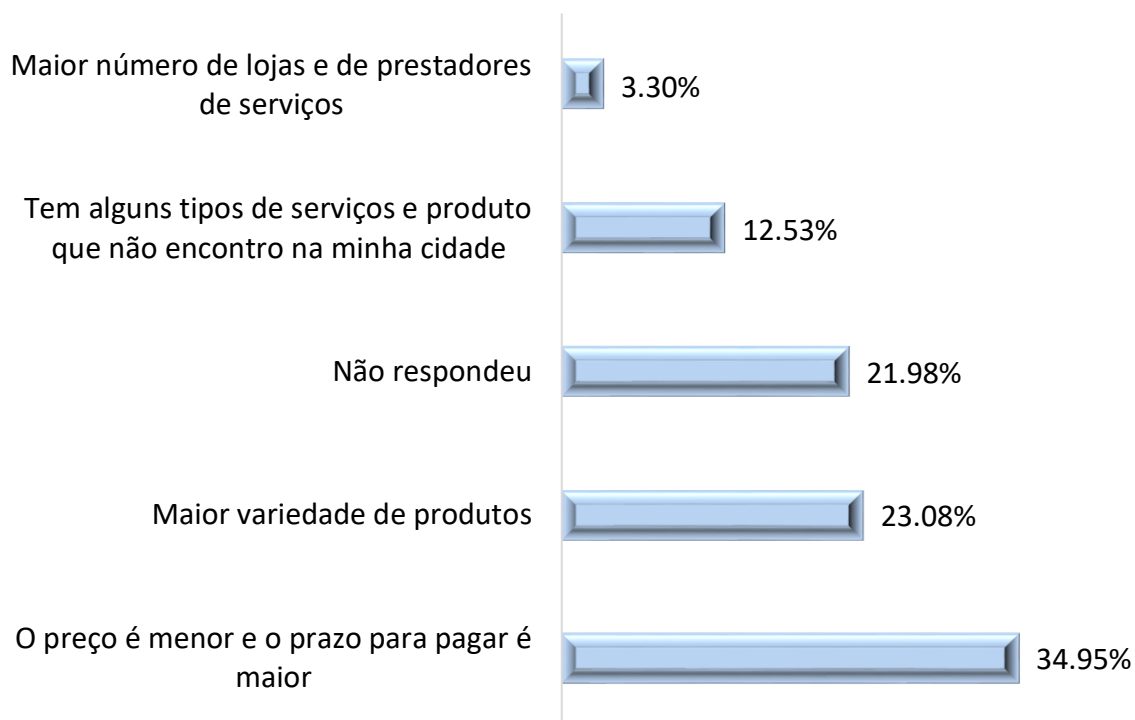


Gráfico 221 B - Dos produtos e serviços que indicou comprar ou contratar em outras cidades, aponte os motivos para a contratação ou compra de serviços.



Gráfico 222 - Em relação a pergunta anterior, produtos e serviços que indicou comprar ou contratar em outras cidades, se houver outros motivos, descreva-os.

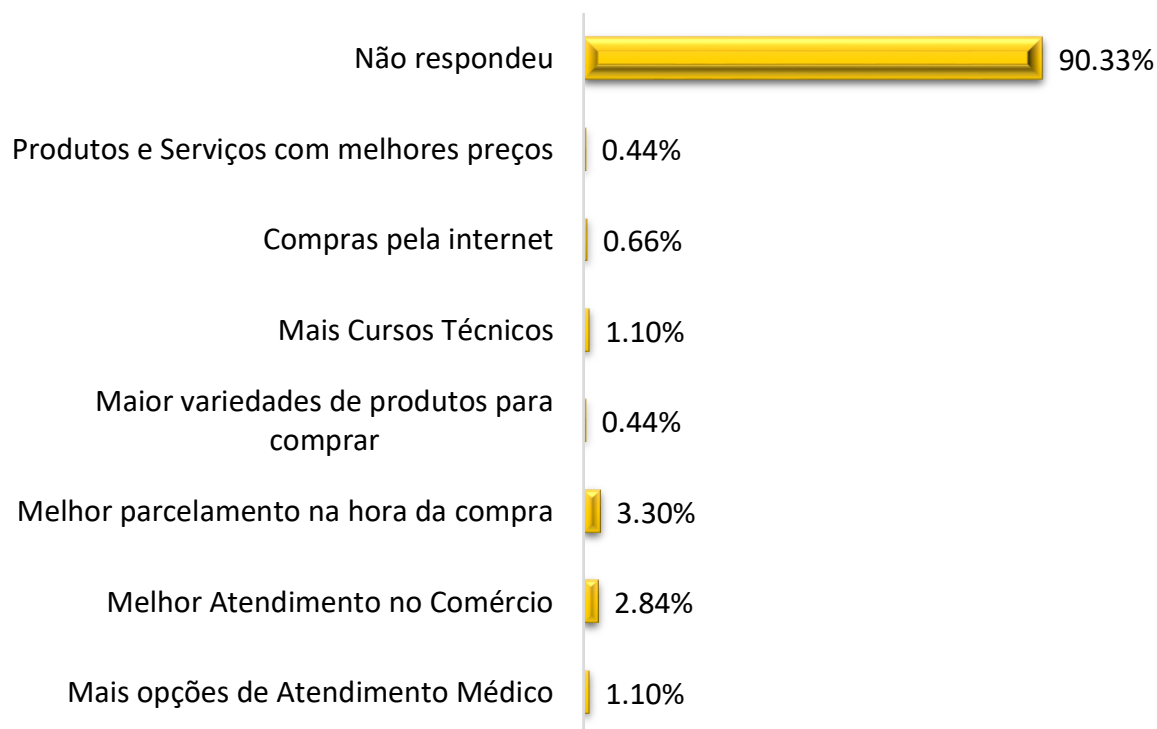


Gráfico 223 – Você faz compras pela Internet?

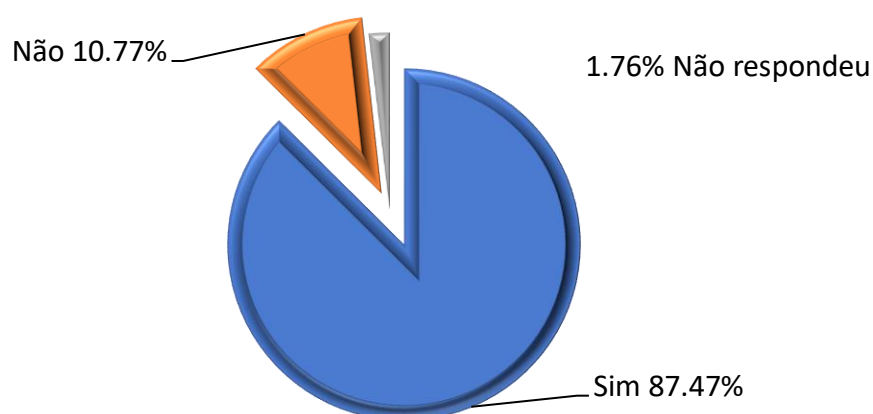


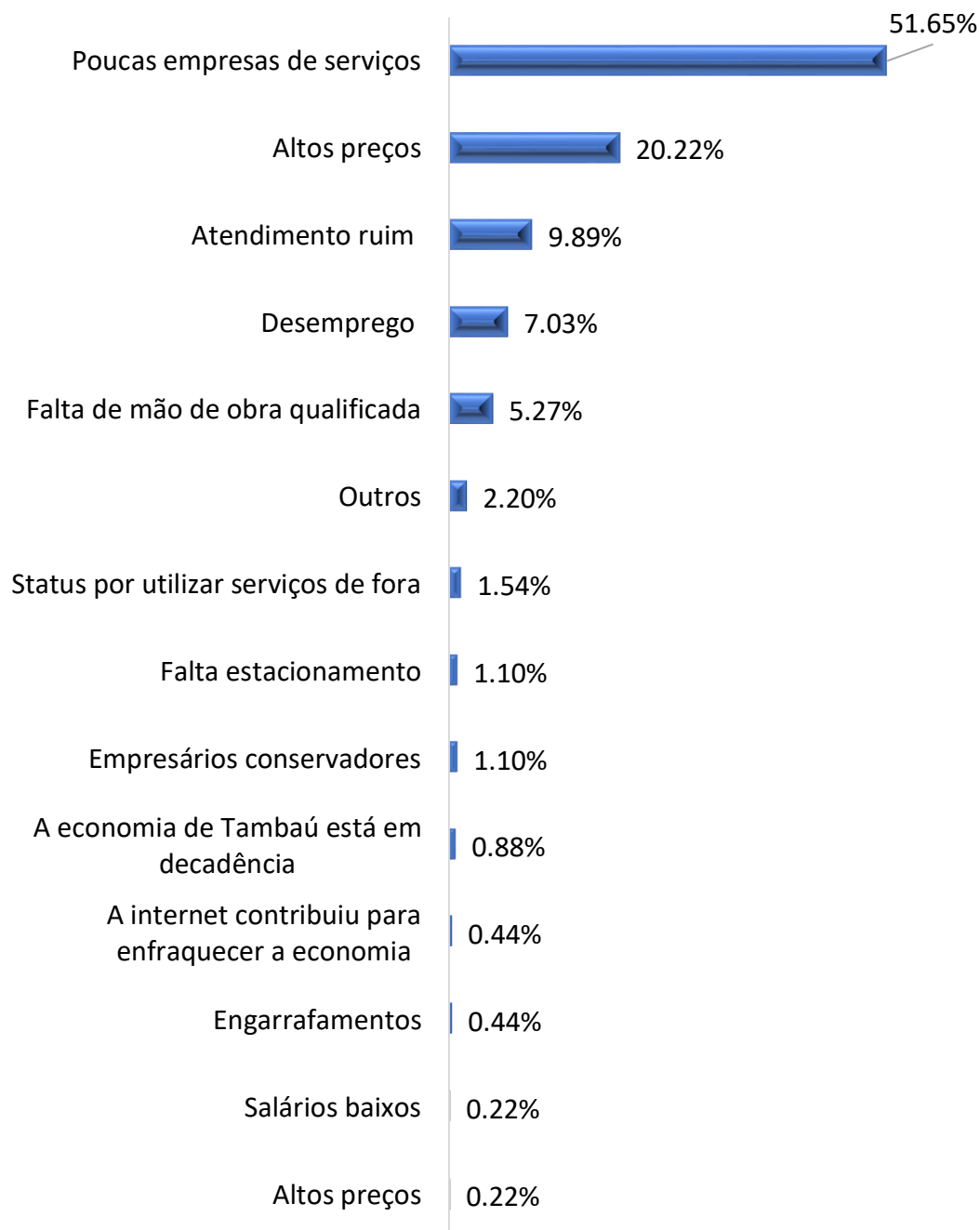
Gráfico 224 – Indique os tipos de produtos que comprou pela Internet nos últimos 12 meses.



O item “outros” representa produtos como, acessórios para fotografia, acessórios para recém-nascidos, suplementos, acessórios para animais domésticos, produtos para artesanato e peças para bicicletas.

4. Avaliação de Comércio e Serviços

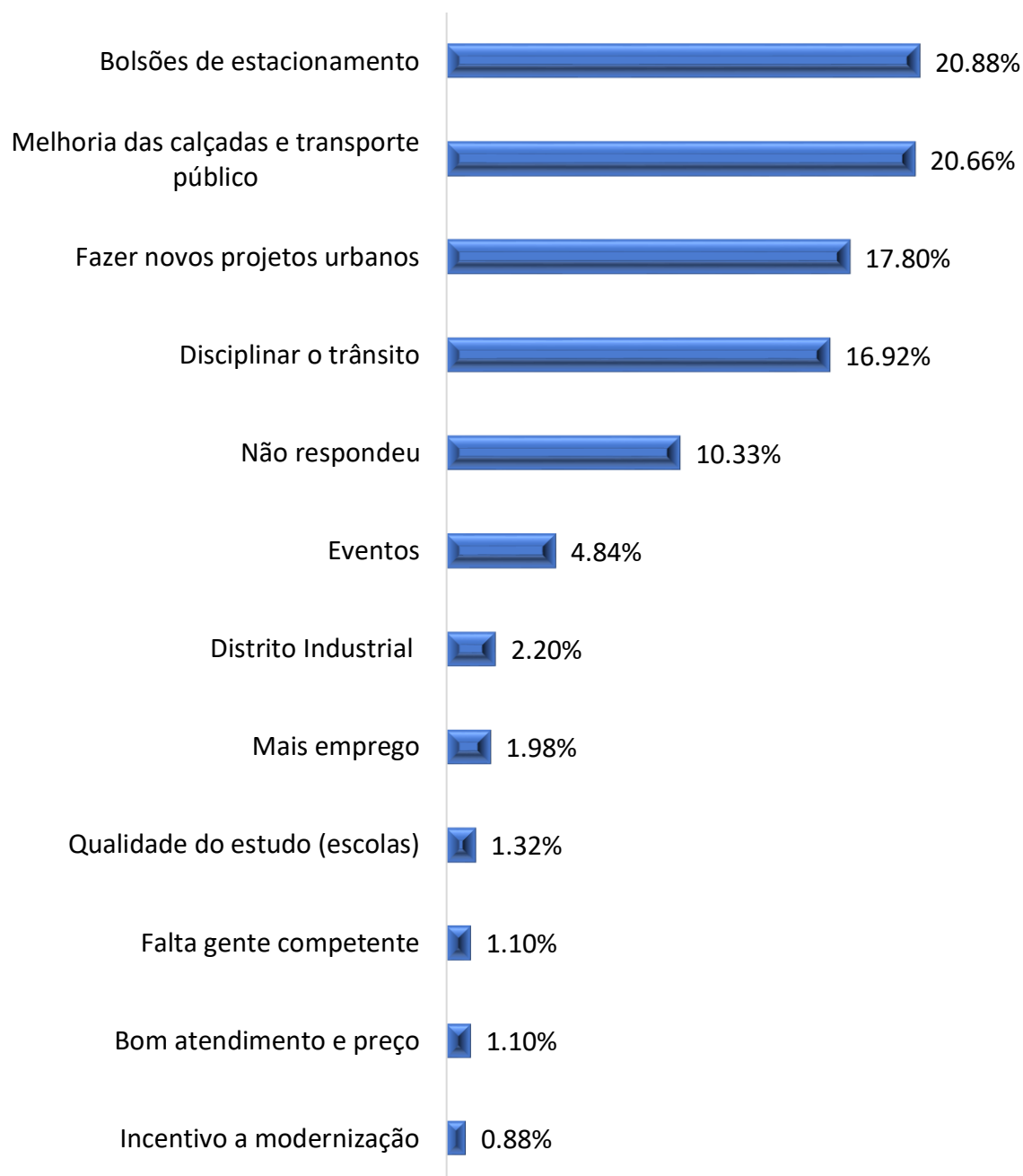
Gráfico 225 - Indique até 5 fatores que na sua opinião mais têm dificultado o desenvolvimento ou a melhoria do setor de serviços de Tambaú.



O item “outros” representa falta de investimento dos comerciantes, falta de qualidade de produtos e falta de empregos.

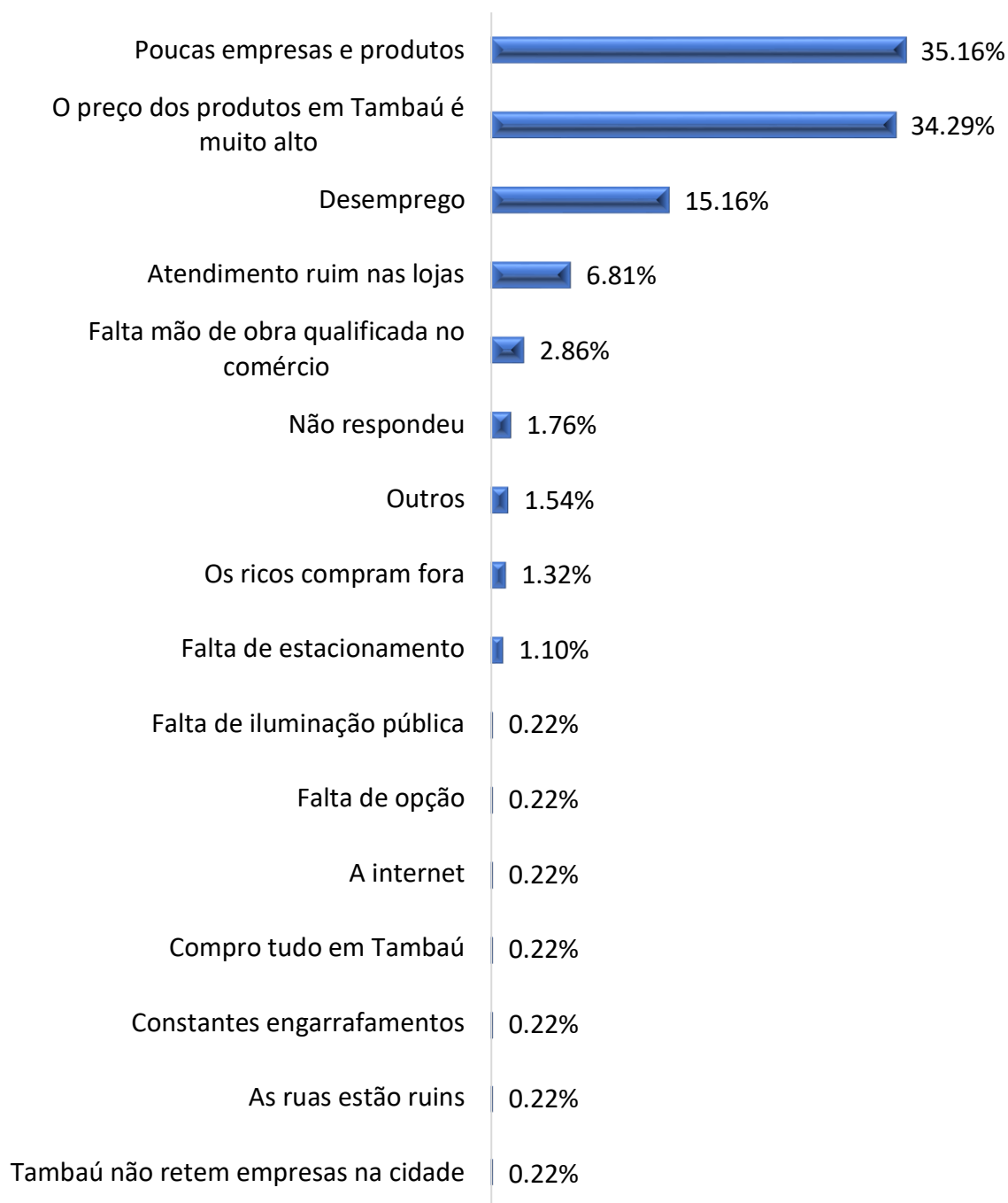
5. Ações de melhorias

Gráfico 226 - Quais as ações ou medidas você considera que precisam ser adotadas para melhoria dos setores de comércio e serviços?



6. Visão de Futuro

Gráfico 227 - Indique até 5 fatores que na sua opinião mais têm dificultado o desenvolvimento ou a melhoria do comércio varejista em Tambaú.



O item “outros” representa falta de opções de produtos, aluguel de imóveis alto, falta de atenção e cuidado com o cliente, desemprego e falta de estacionamento para funcionários.

Gráfico 228 - Qual é a sua expectativa para os próximos 3 anos quanto ao desenvolvimento do setor de comércio varejista e do setor de serviços em Tambaú?

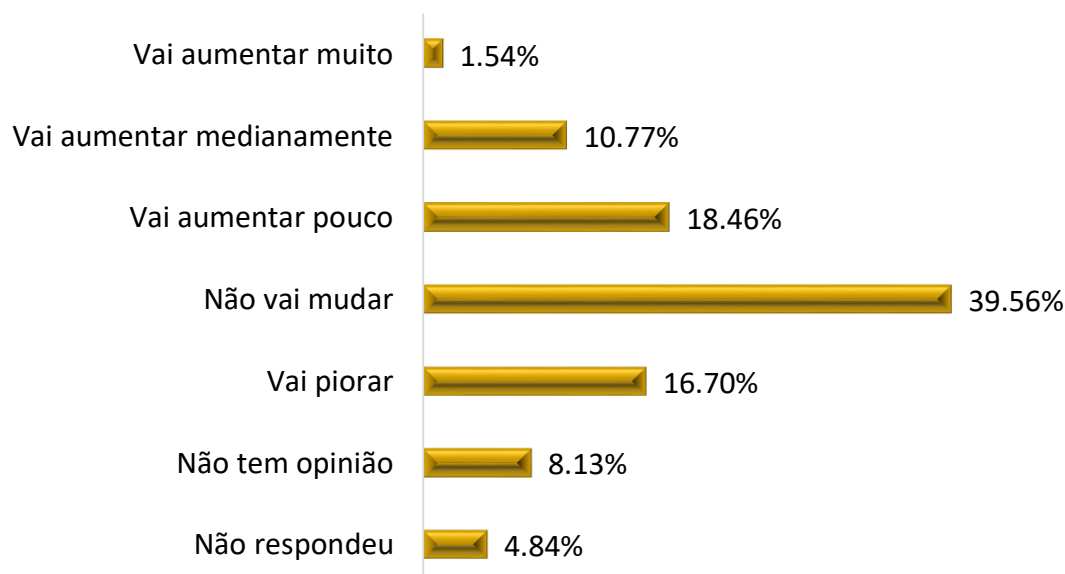


Gráfico 229 - Justifique a resposta dada na questão anterior, em relação a perspectiva para daqui a 3 anos, quanto ao desenvolvimento do setor de comércio varejista e do setor de serviços em Tambaú?

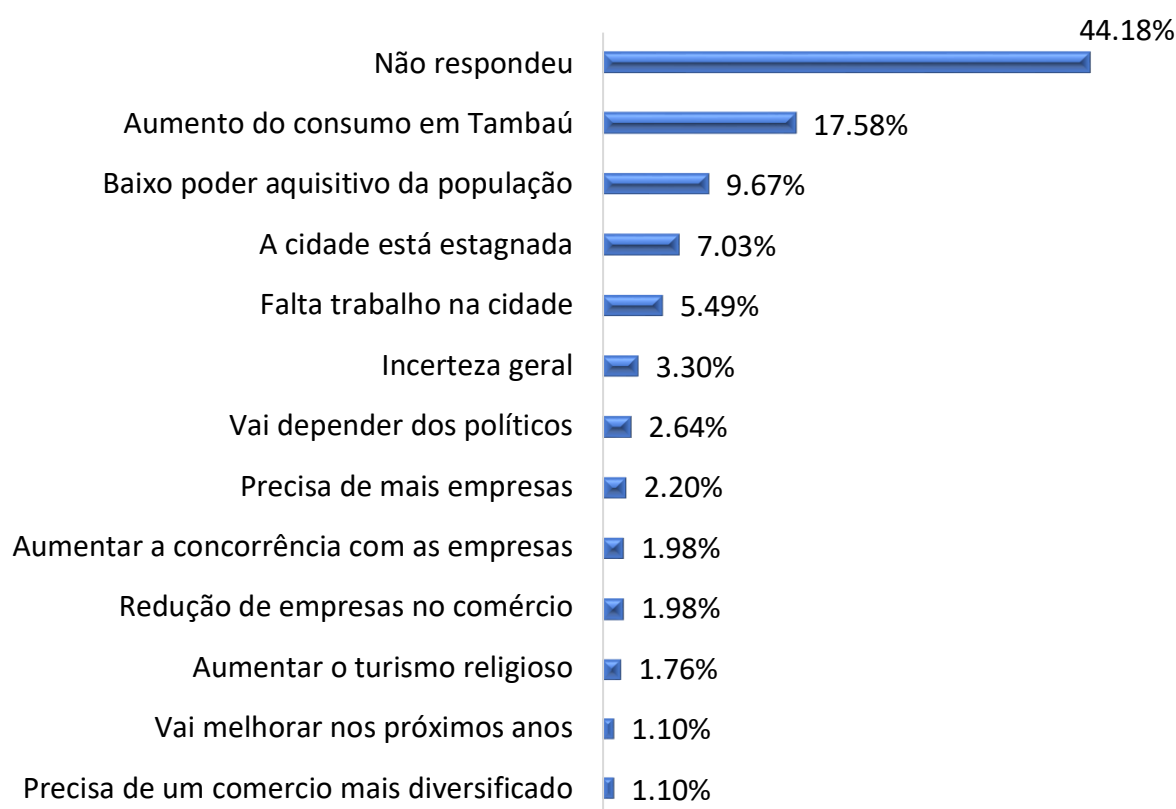


Gráfico 230 - Indique até 5 fatores que representam as maiores ameaças para o desempenho futuro do comércio varejista e do setor de serviços para os próximos 5 anos em Tambaú.



7. Considerações finais

A quarta revolução industrial, conceito desenvolvido pelo alemão Klaus Schwab (1971), diretor e fundador do Fórum Econômico Mundial, prevê uma nova fase que “transformará fundamentalmente a forma como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos”. De acordo com o estudo Estilos de Vida (Nielsen 2019), essa transformação já chegou aos hábitos de consumo dos brasileiros.

Segundo estudos da Nielsen, a população brasileira está mais negociadora, mais conectada, mais saudável, mais prática e mais sustentável, e estas novas características influenciam diretamente o comportamento do consumidor.

O comércio está sendo desafiado a trabalhar com consumidores cada vez mais exigentes, com muitas expectativas e desejos a serem atendidos. Os consumidores nos dias de hoje possuem uma característica muito forte que é não terem medo de mostrar as diferenças, transformando-se em pessoas cada vez mais individualizadas, com adjetivos e desejos únicos, por isso, é tão necessário pensar que esses novos consumidores precisam ser trabalhados de maneira exclusiva, realizando seus sonhos ou indo muito além das suas expectativas.

A pesquisa do consumidor tem o objetivo de entender o estágio do consumidor local em relação às exigências, críticas e sugestões sobre o comércio de Tambaú.

Estes dados são fundamentais para que o comércio, bem como as instituições que estão envolvidas, possam entender quais são as demandas e, com base numa profunda reflexão, criar um plano de modernização e atendimento dos desejos dos consumidores.

A conveniência do comércio eletrônico (e-commerce) e dos estilos de vida sempre conectados remodelou as expectativas, levando os consumidores a desejarem experiências mais consistentes com as marcas, tanto online como em loja. Para conquistar fidelidade e consolidar a sua participação de mercado, os comerciantes devem oferecer novas experiências. Os investimentos mais importantes em tecnologia se concentram basicamente no autoatendimento ou em ferramentas móveis para consumidores que facilitem a efetuação da compra e o pagamento.

Os funcionários agora podem complementar a tecnologia com atendimento personalizado ao cliente, diferenciando a experiência de ir a uma loja física das compras online.

Tanto os pequenos como os grandes comerciantes estão vendo algumas práticas antiquadas serem aperfeiçoadas pela tecnologia, conectando o ecossistema do varejo para oferecer uma melhor experiência.

A presente pesquisa aponta dados que podem servir de base para reflexões tão necessárias e tomadas de decisão. São ações, em muitos casos, simples e de certa maneira poderão ser resolvidas com pequenas ações, seja por parte do poder público ou do próprio comerciante.



AGRICULTURA

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

1. Quadro geral de respostas

A tabela 13 e o gráfico 231 representam o percentual de participação dos agricultores nos temas apresentados, obtendo assim a maior participação no tema “Administração”, em seguida o “Comercialização e mercado”, “Participação em associações”, “Produção”, “Possibilidades turísticas”, “Problemas enfrentados”, “Financeiro” e “Investimentos” respectivamente. O “Perfil dos respondentes” não está levado em consideração aqui como uma preocupação dos agricultores, uma vez que está ligado às características desta amostra. Foram obtidas 70 respostas válidas. Não houve resposta desconsiderada. O tipo de amostra utilizada para as respostas obtidas foi por acessibilidade ou por conveniência.

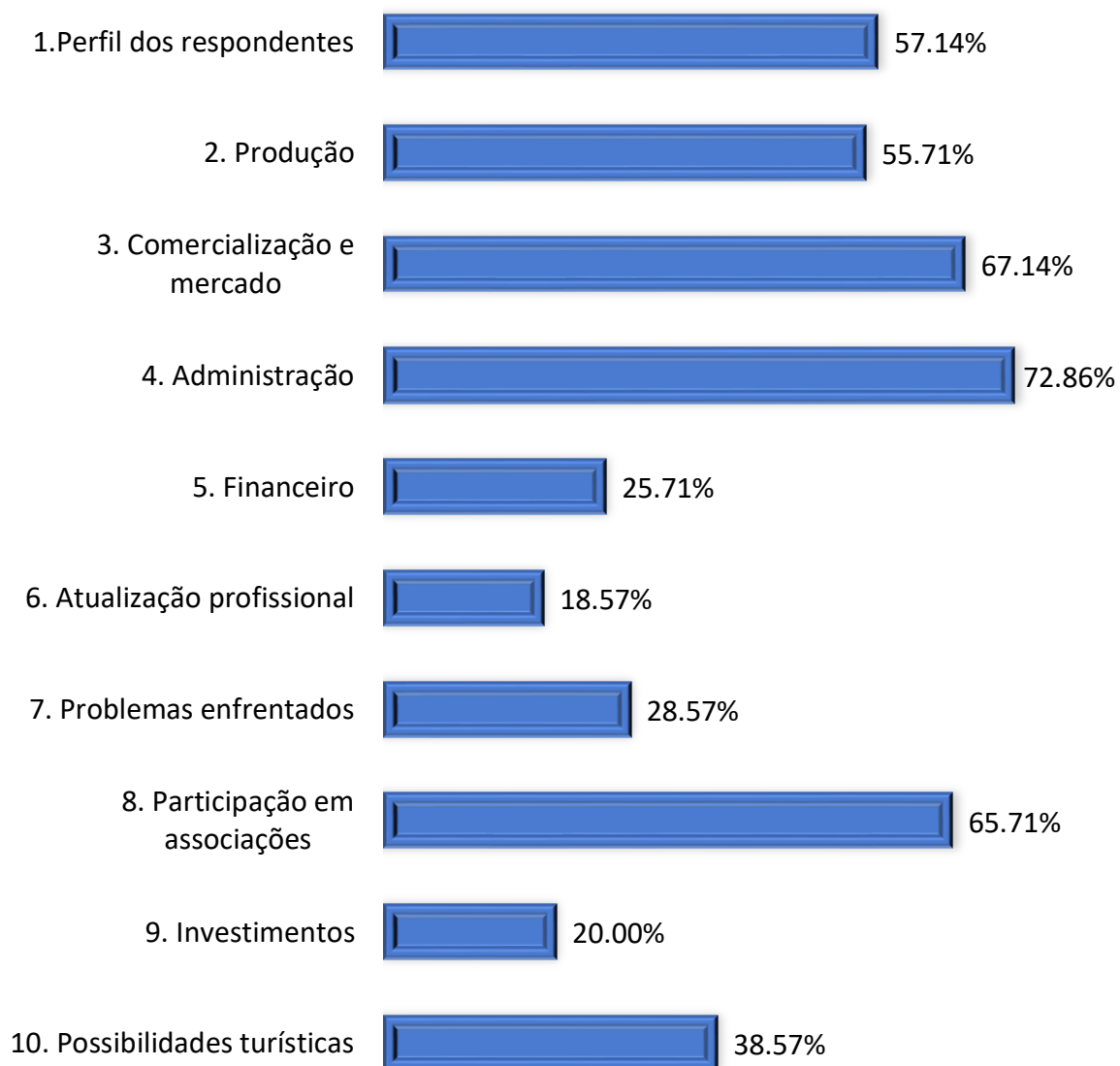
Esta técnica consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível e completamente conhecida. Ou seja, os indivíduos empregados nessa pesquisa são selecionados porque eles estão prontamente disponíveis e conhecidos.

Seleciona-se assim os elementos que responderam à pesquisa e admite-se que estes possam representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão, uma vez que no estudo já se conhece a população e a amostra estratificada. (GIL, 2008, p. 94).

Tabela 13 – Participação dos munícipes por tema

TEMAS	No. Municípios que participaram	Porcentagem de Municípios
1. Perfil dos respondentes	40	57,14%
2. Produção	36	55,71%
3. Comercialização e mercado	47	67,14%
4. Administração	51	72,86%
5. Financeiro	18	25,71%
6. Atualização profissional	13	18,57%
7. Problemas enfrentados	20	28,57%
8. Participação em associações	46	65,71%
9. Investimentos	14	20,00%
10. Possibilidades turísticas	27	38,57%

Gráfico 231 – Participação dos munícipes por tema.



1. Perfil dos respondentes

Gráfico 232 - Relação do Entrevistado com o Proprietário/Responsável:

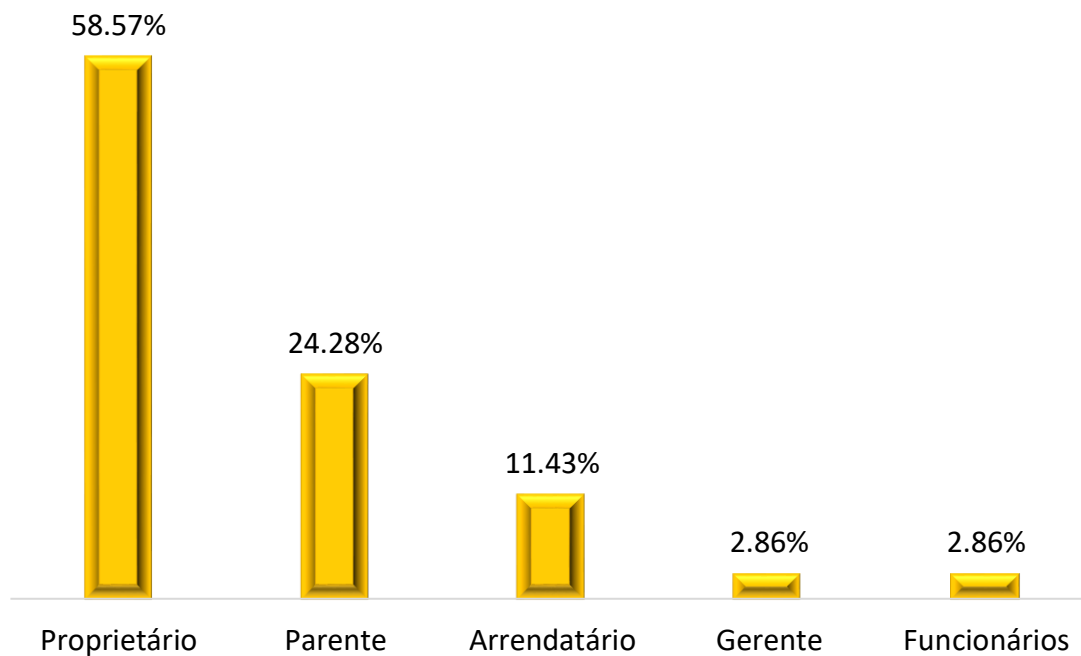


Gráfico 233 - Idade do Entrevistado:

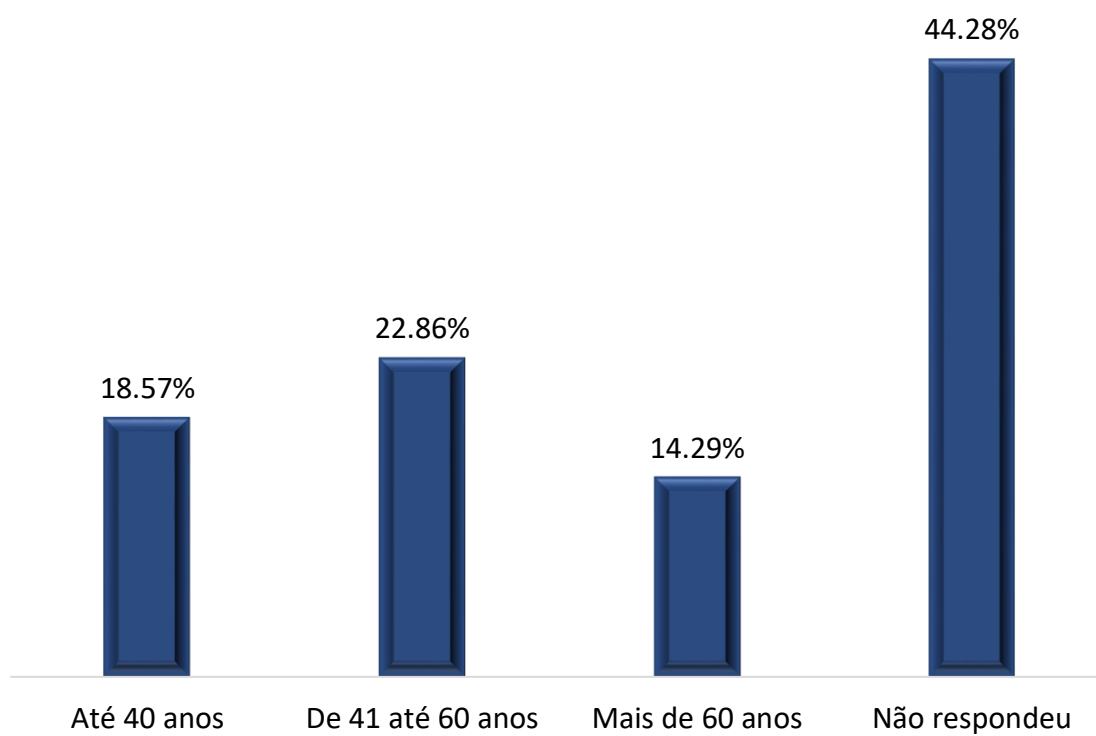


Gráfico 234 - Idade do Proprietário:

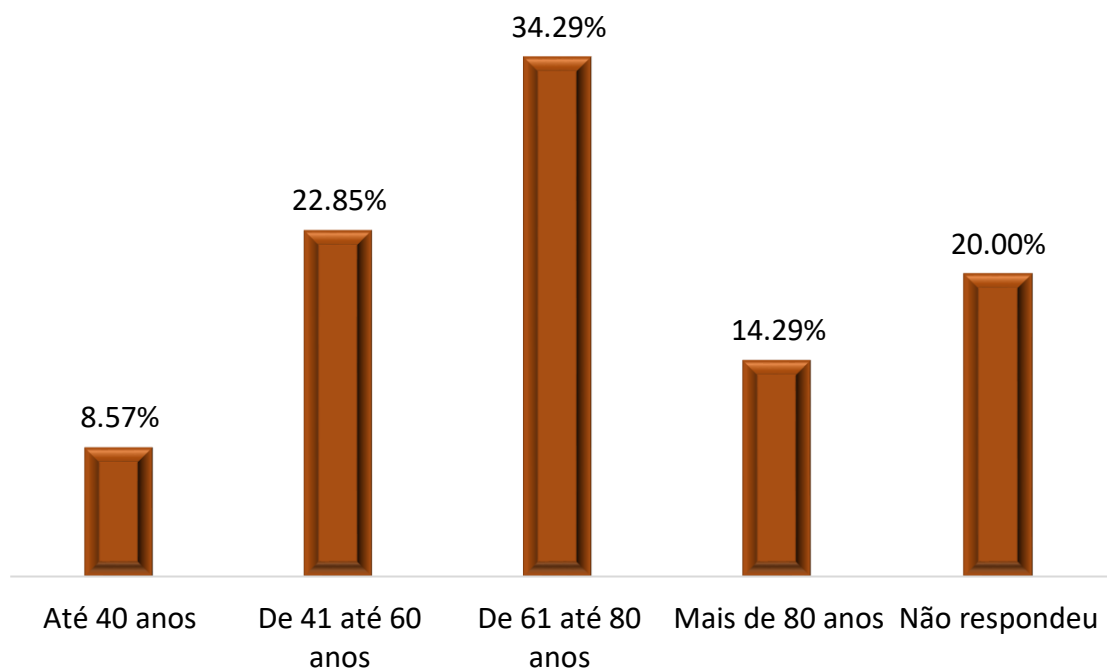


Gráfico 235 - Possui planos de sucessão familiar?

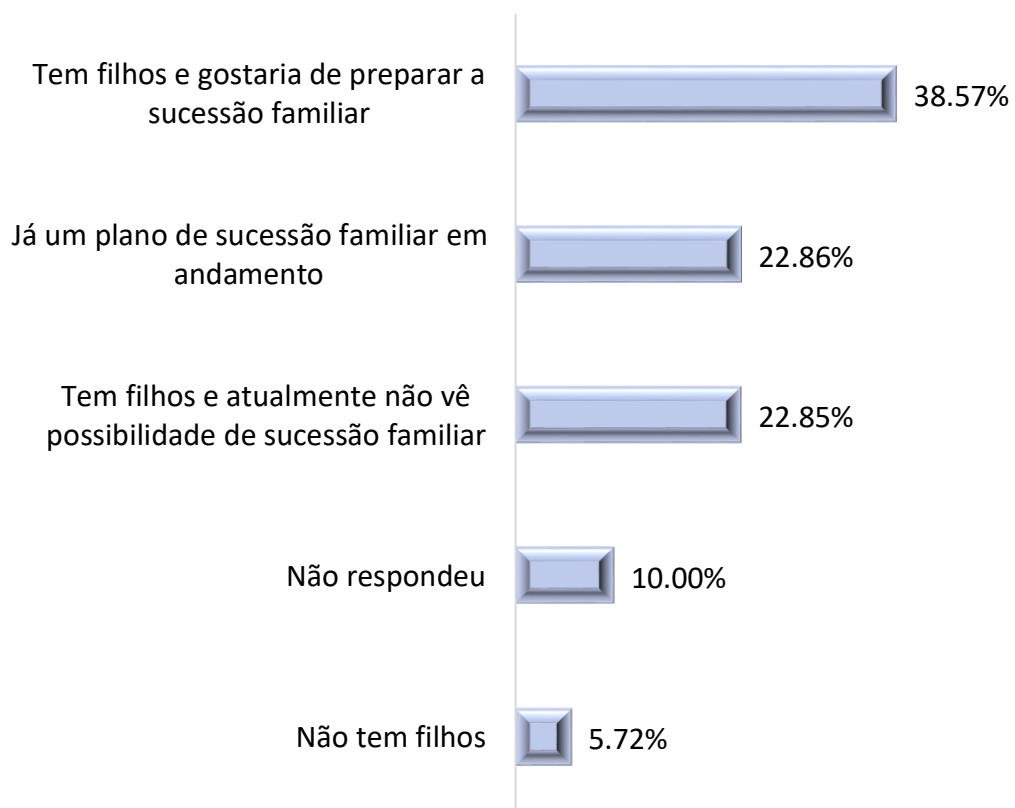


Gráfico 236 - Nível de Escolarização:

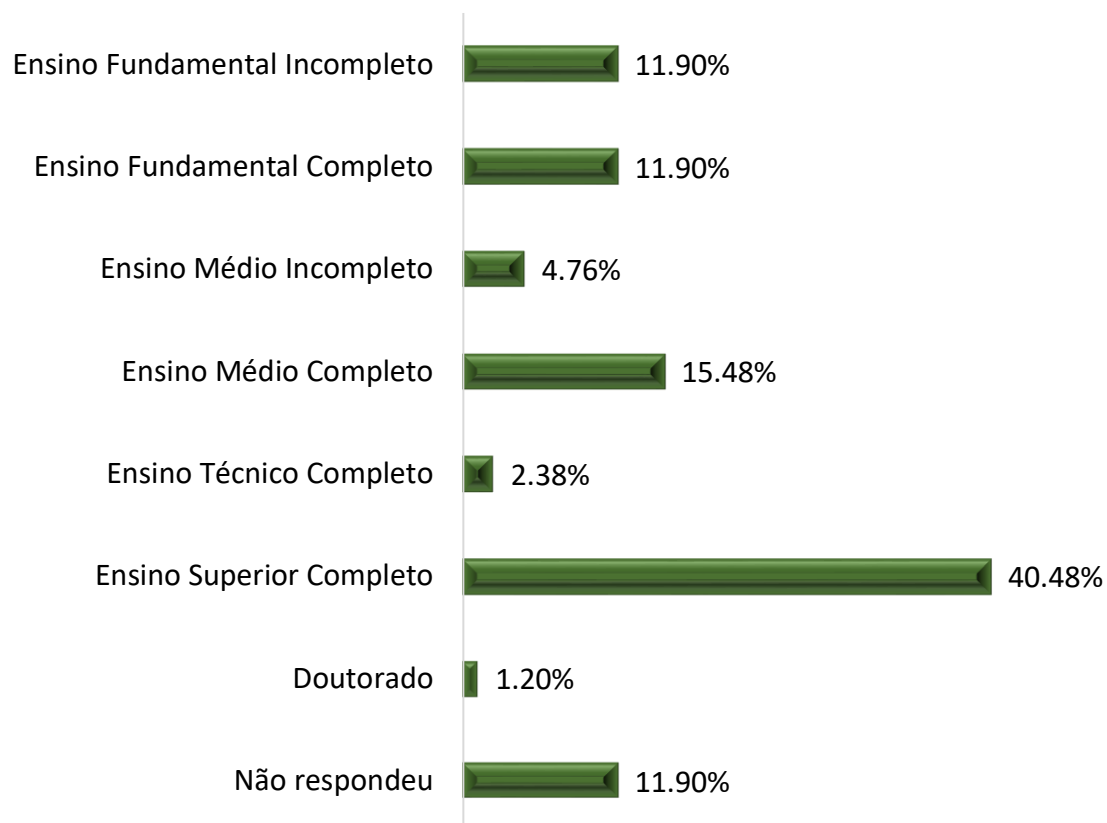


Gráfico 237 - O Entrevistado reside na propriedade rural?

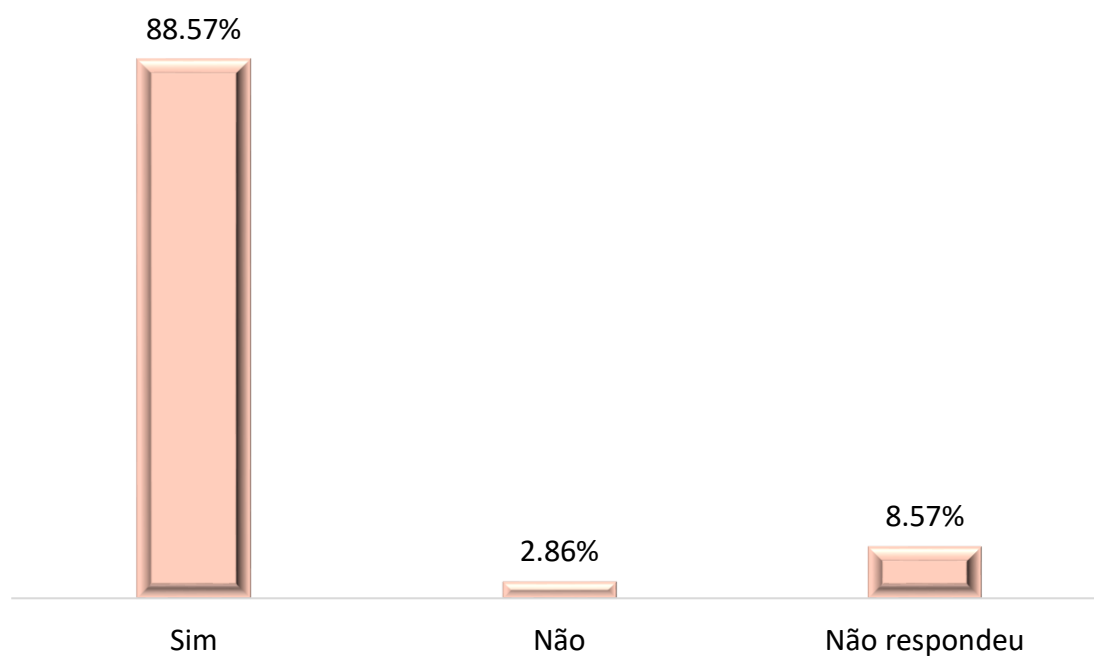


Gráfico 238 - Se não reside, qual a frequência com que se desloca à propriedade?

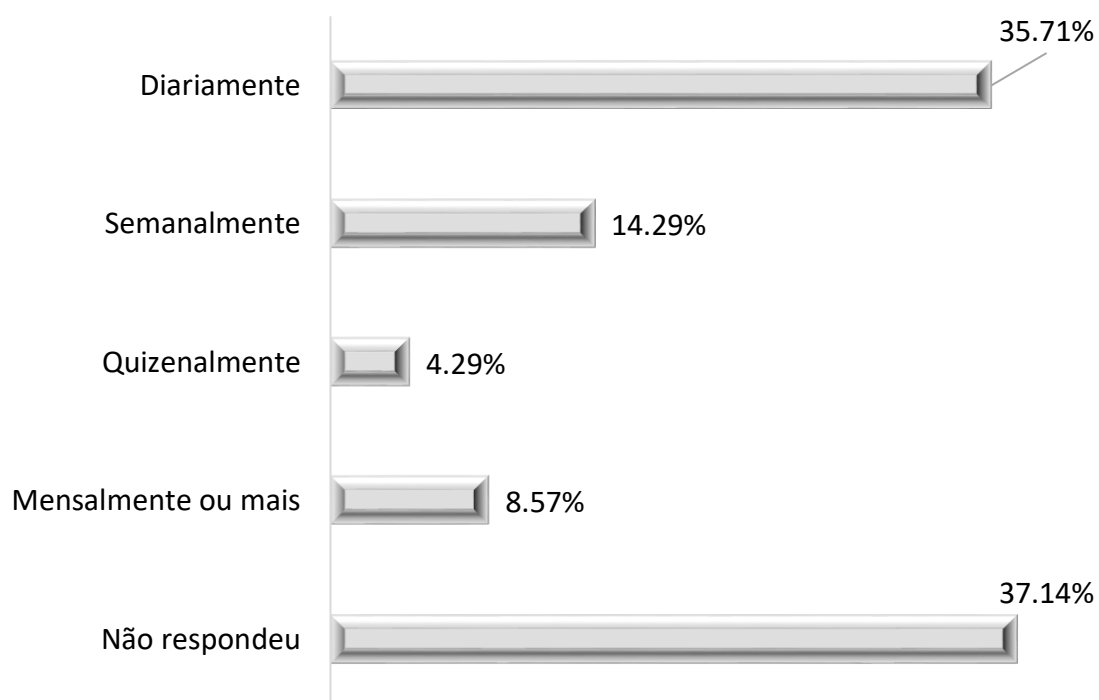


Gráfico 239 - Se reside na propriedade, com que frequência e qual finalidade vai ao núcleo urbano?

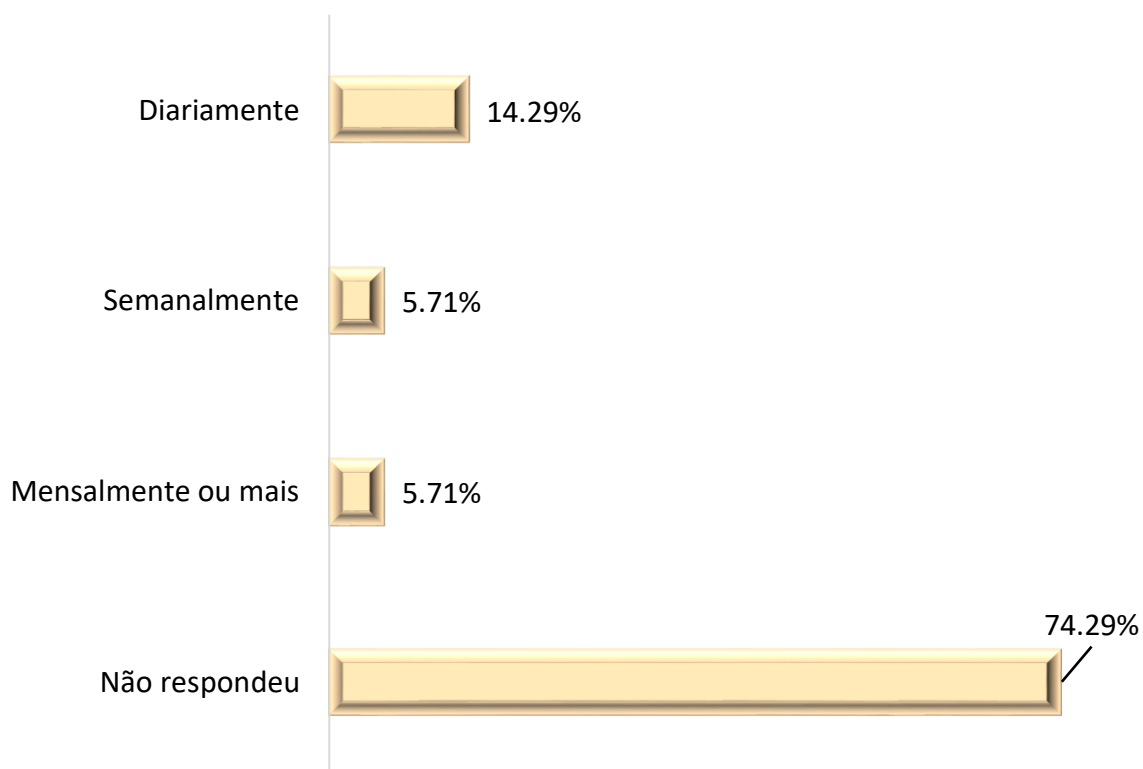


Gráfico 240 - Qual a finalidade de ir ao núcleo urbano?

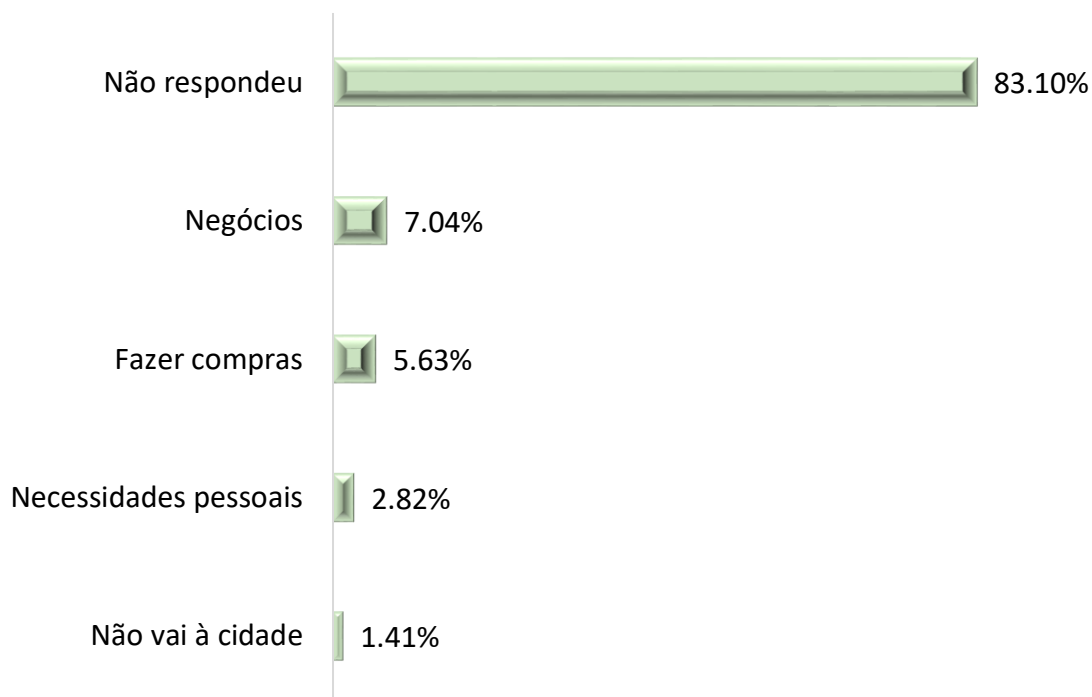
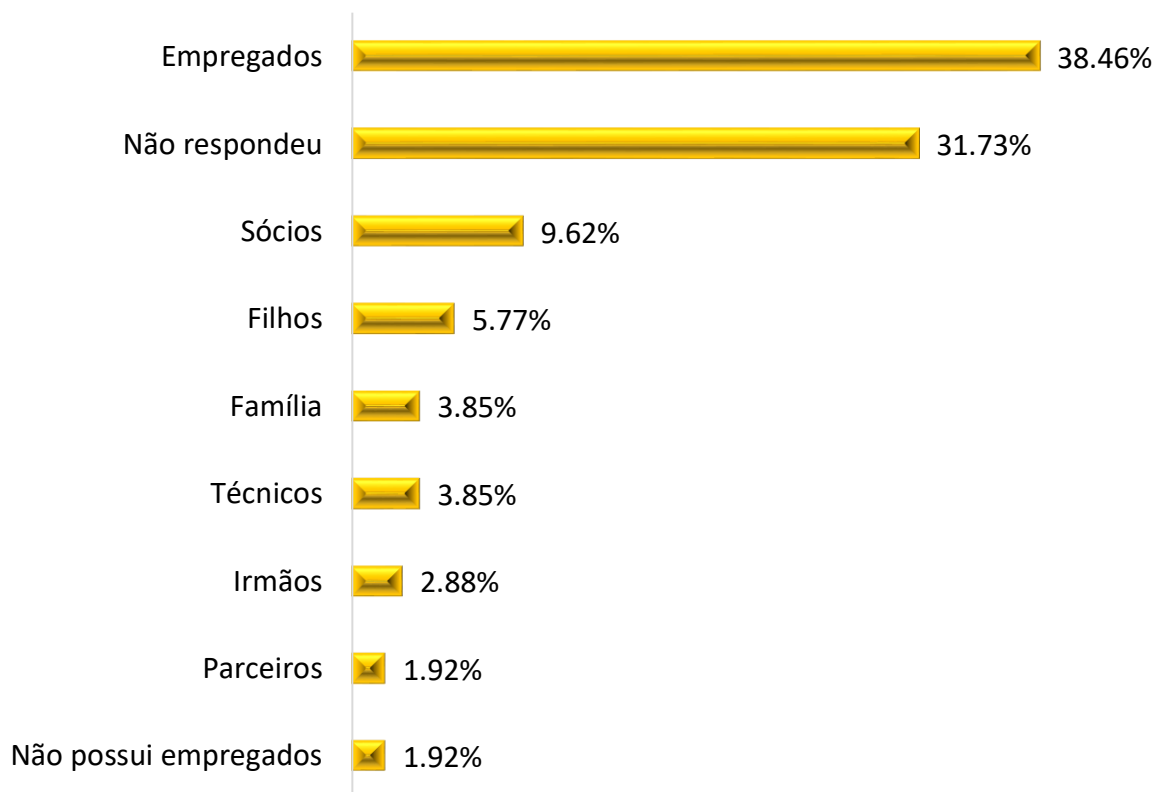
Gráfico 241 - Descreva o trabalho e ocupação familiar na propriedade, levando em conta: **Vínculo** (membro da família (qual) /empregado/agregado/parceiro/ sócio etc..).

Gráfico 242 - Descreva o trabalho e ocupação familiar na propriedade, levando em conta: **Atividade**.

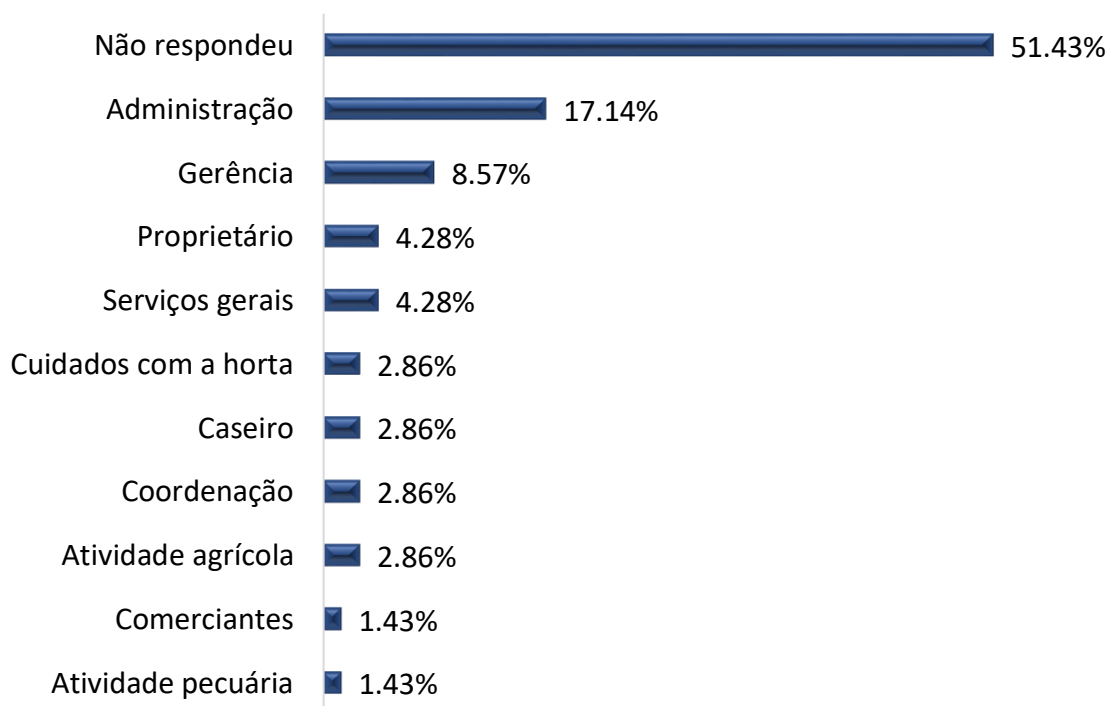


Gráfico 243 - Descreva o trabalho e ocupação familiar na propriedade, levando em conta: **Jornada** (h/dia-serviço).

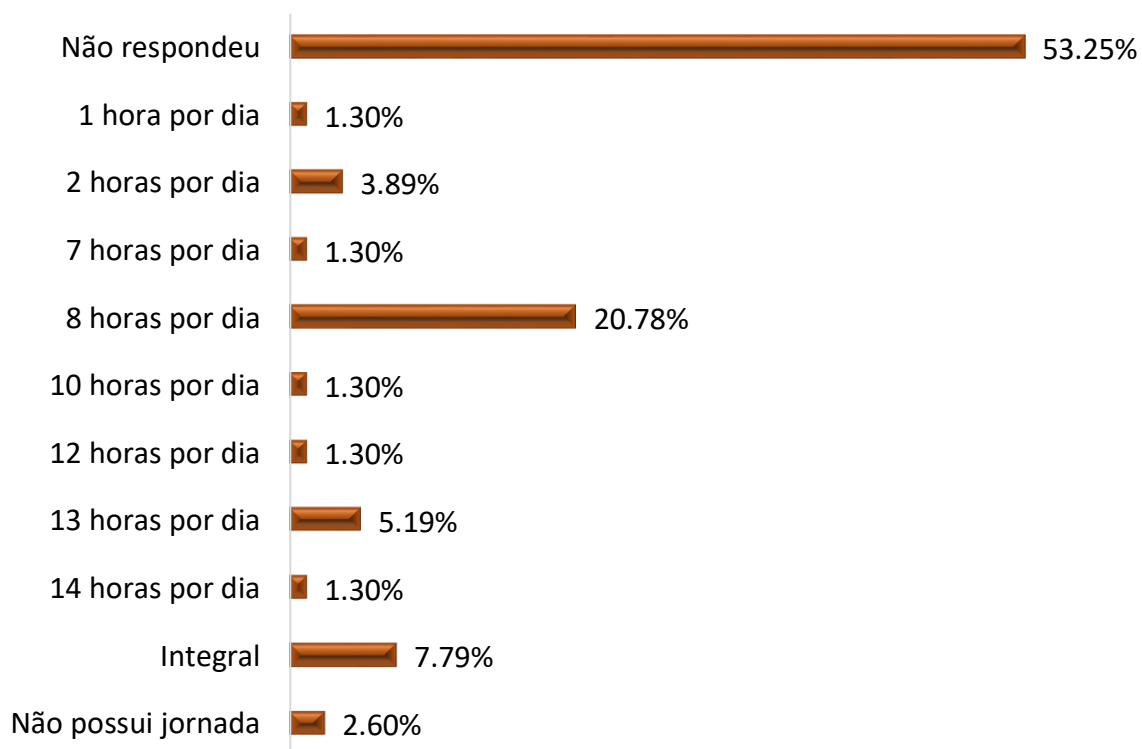


Gráfico 244 - Descreva o trabalho e ocupação familiar na propriedade, levando em conta se é **Atividade Remunerada e Registrada**.

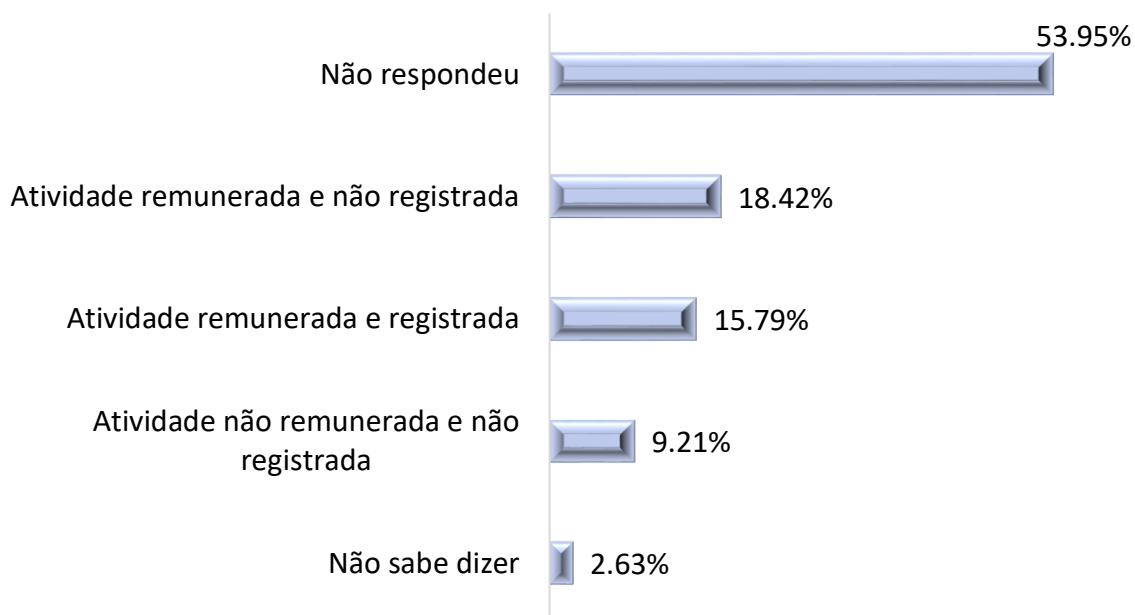


Gráfico 245 - Descreva o trabalho e ocupação familiar na propriedade, levando em conta: **Valor (R\$) - aproximadamente**.

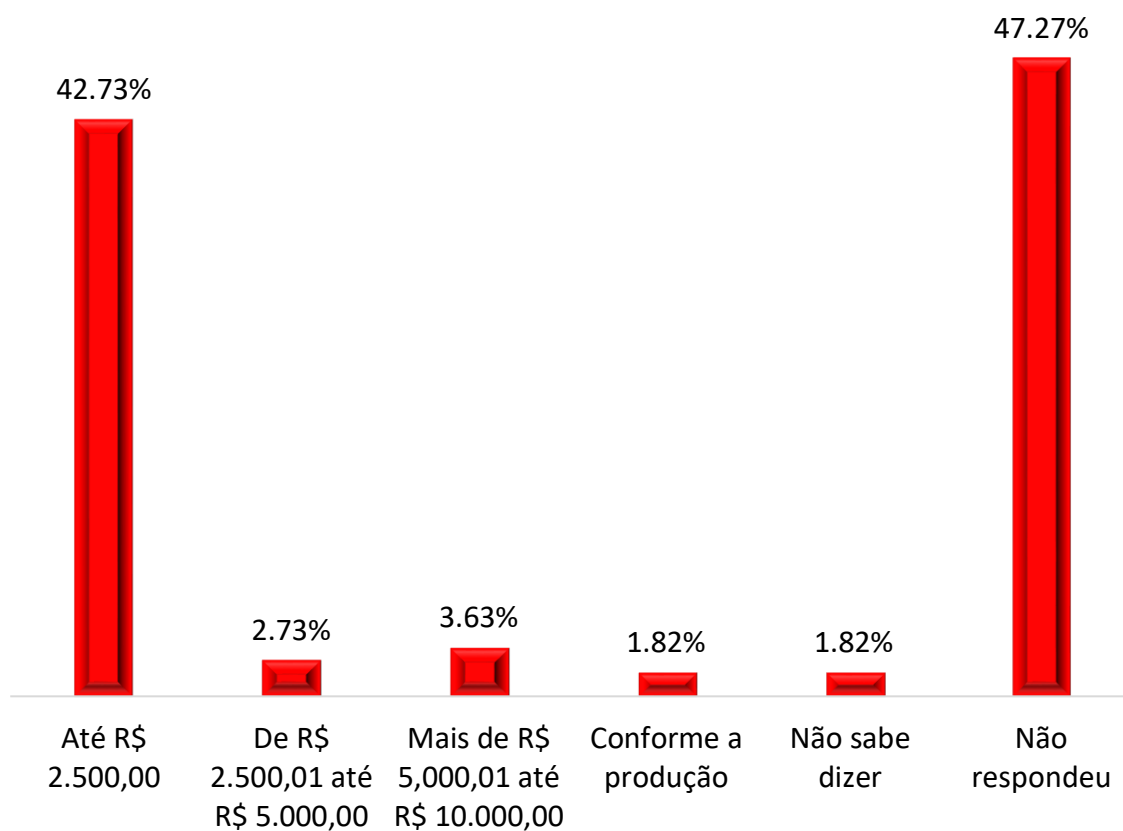
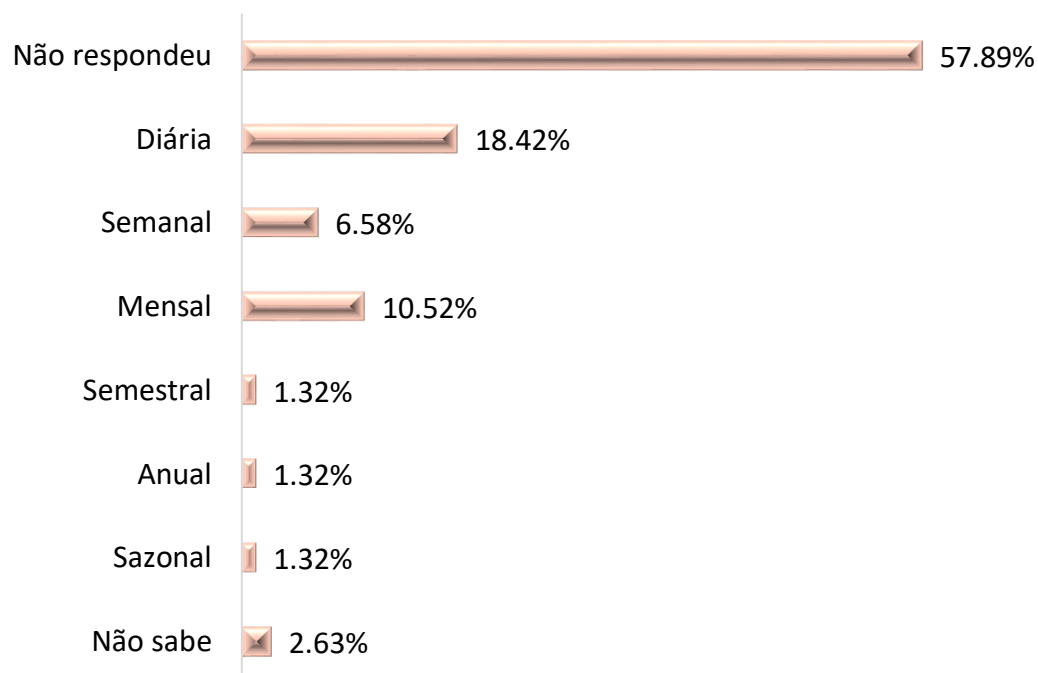


Gráfico 246 - Descreva o trabalho e ocupação familiar na propriedade, levando em conta: **Frequência**.



1. Produção

Gráfico 247 - Sobre o planejamento de produção:

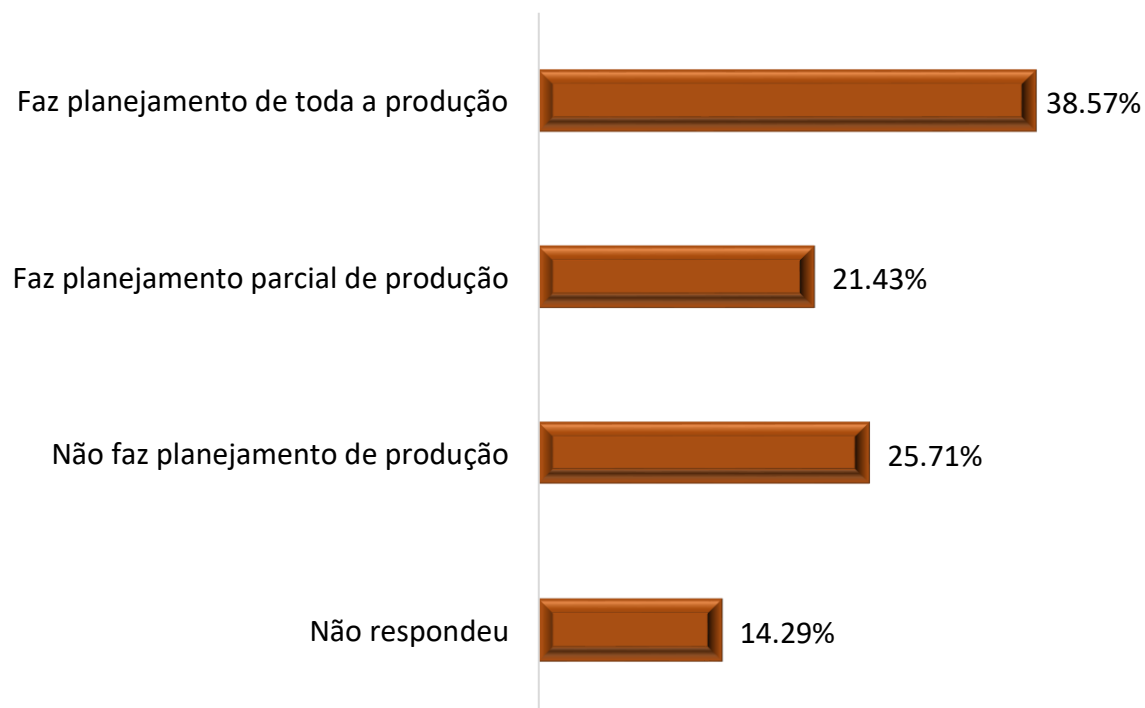


Gráfico 248 - Sobre a comercialização da produção:

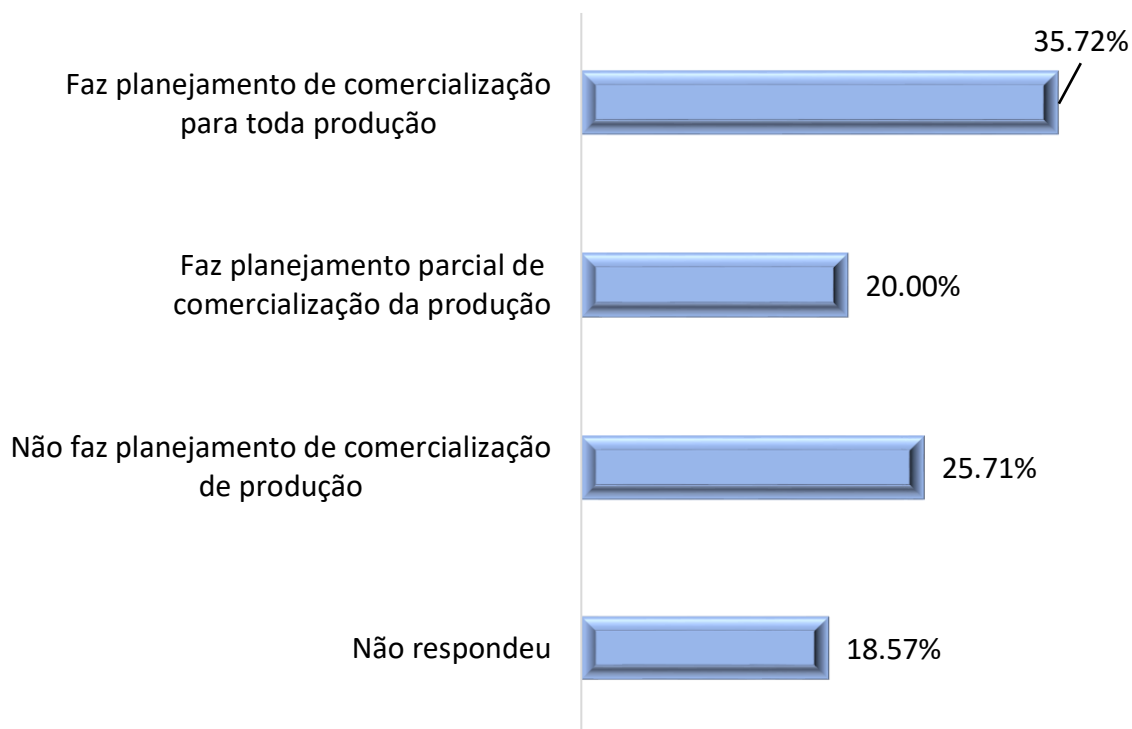


Gráfico 249 - Sobre a administração da propriedade:



Gráfico 250 - Indique a área total da propriedade (Ha).

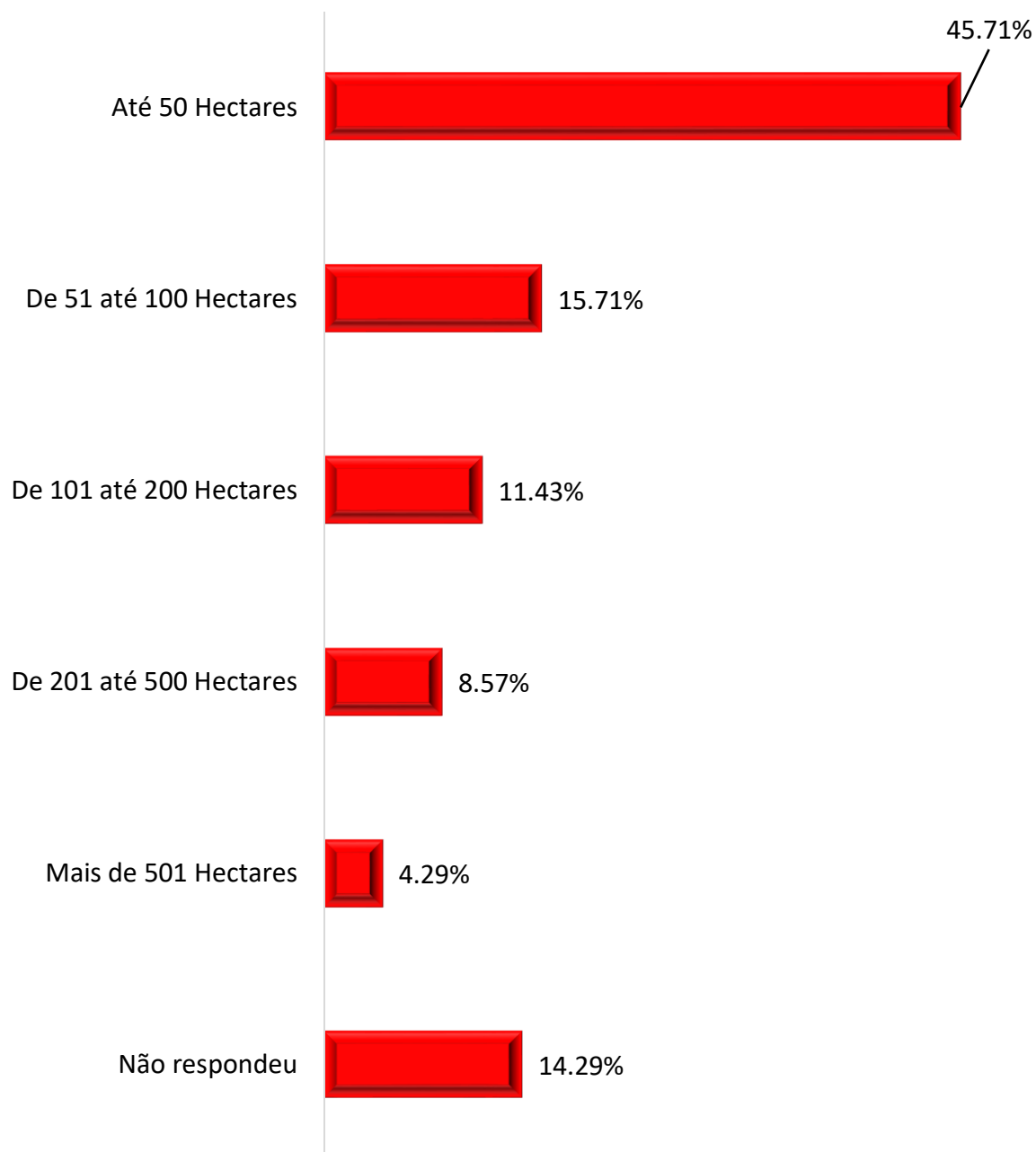


Gráfico 251 - Descreva sua Produção vegetal em Cultura.

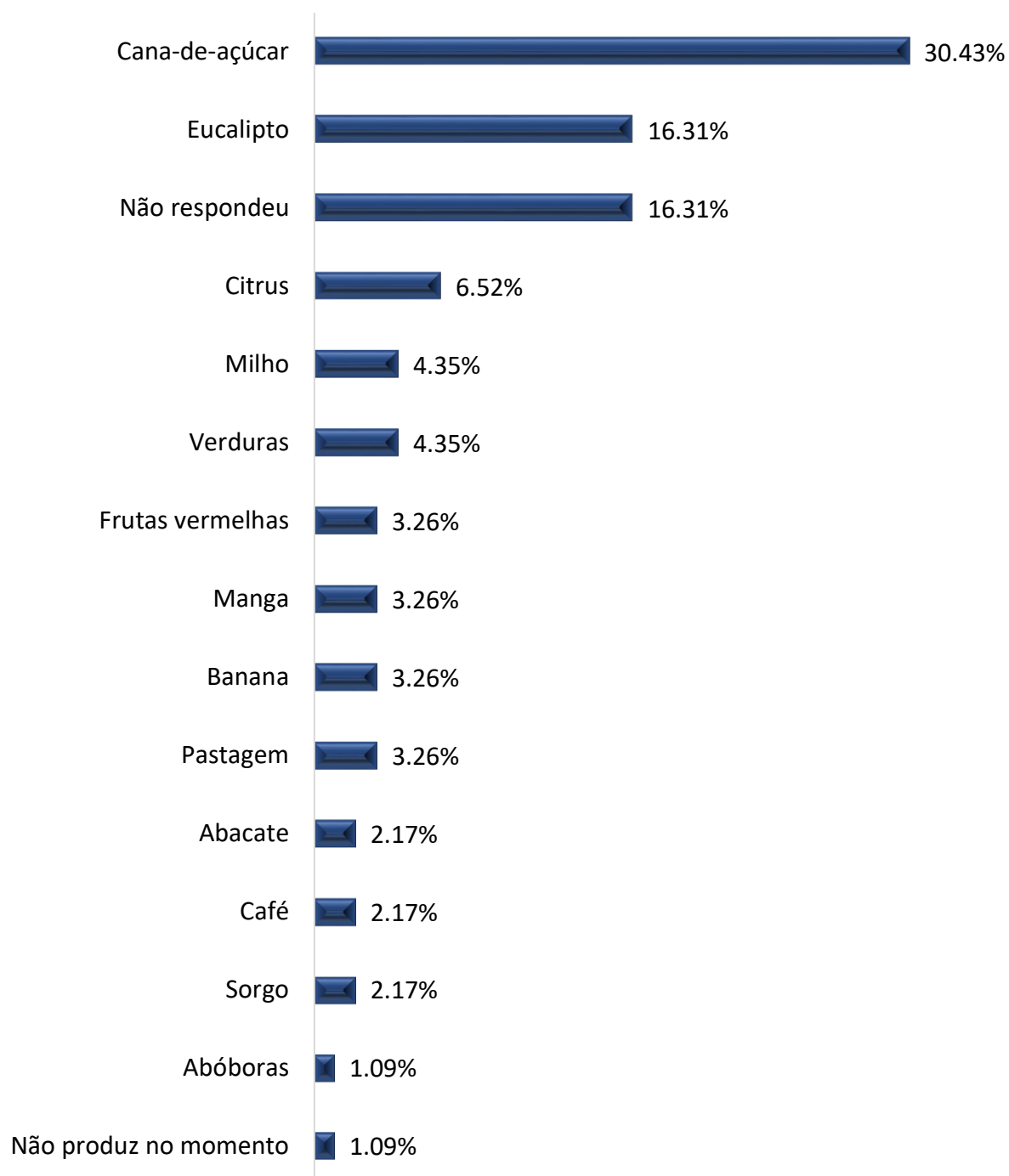


Gráfico 252 - Descreva sua Produção **Vegetal** em **tipo** (Convencional / Orgânica / Agroecológico).

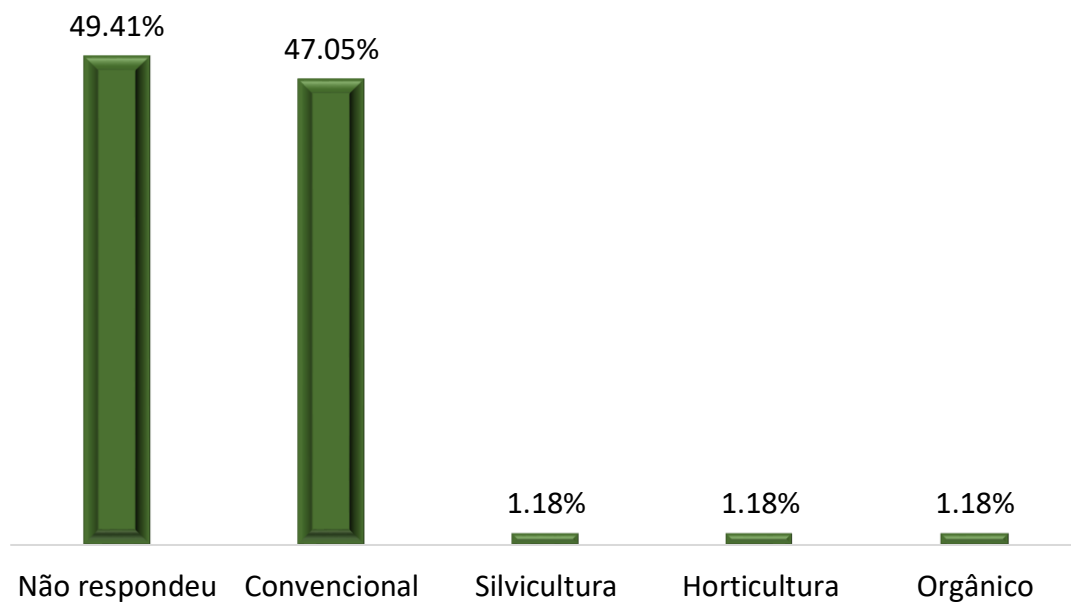


Gráfico 253 - Descreva sua Produção **vegetal** em **Área** (Ha).

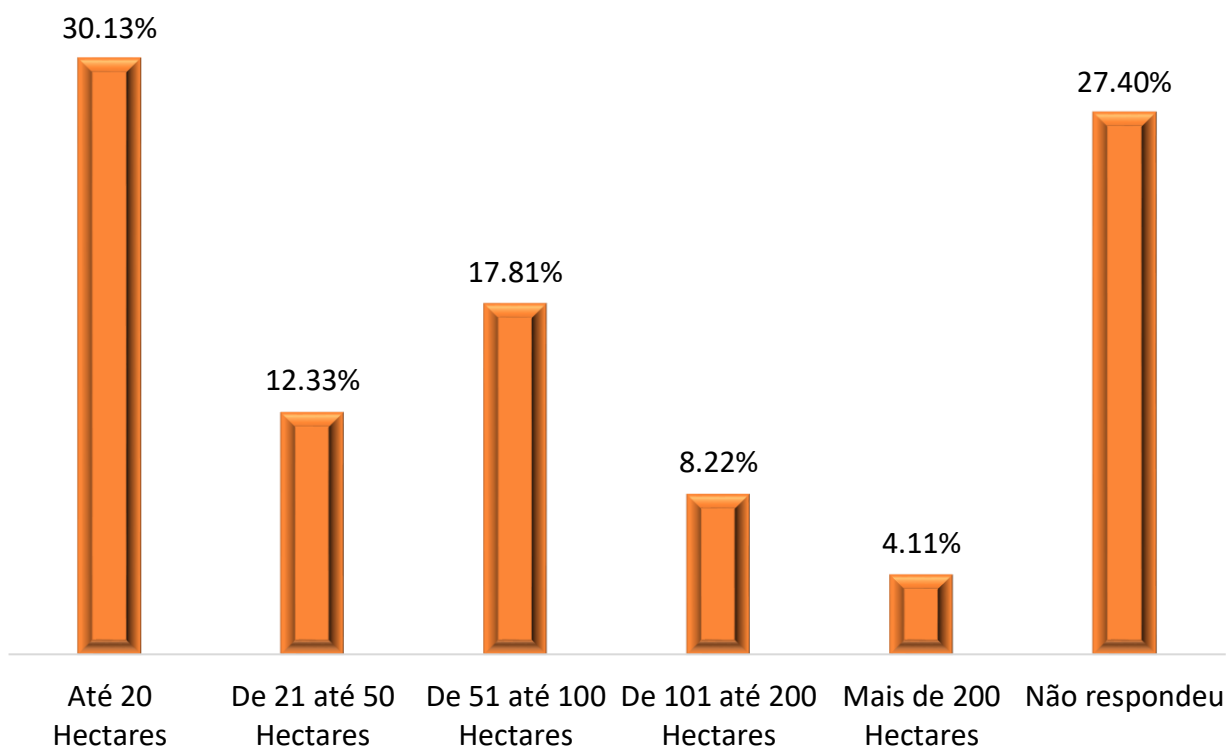


Gráfico 254 - Descreva sua Produção vegetal em Tempo / Atividade.

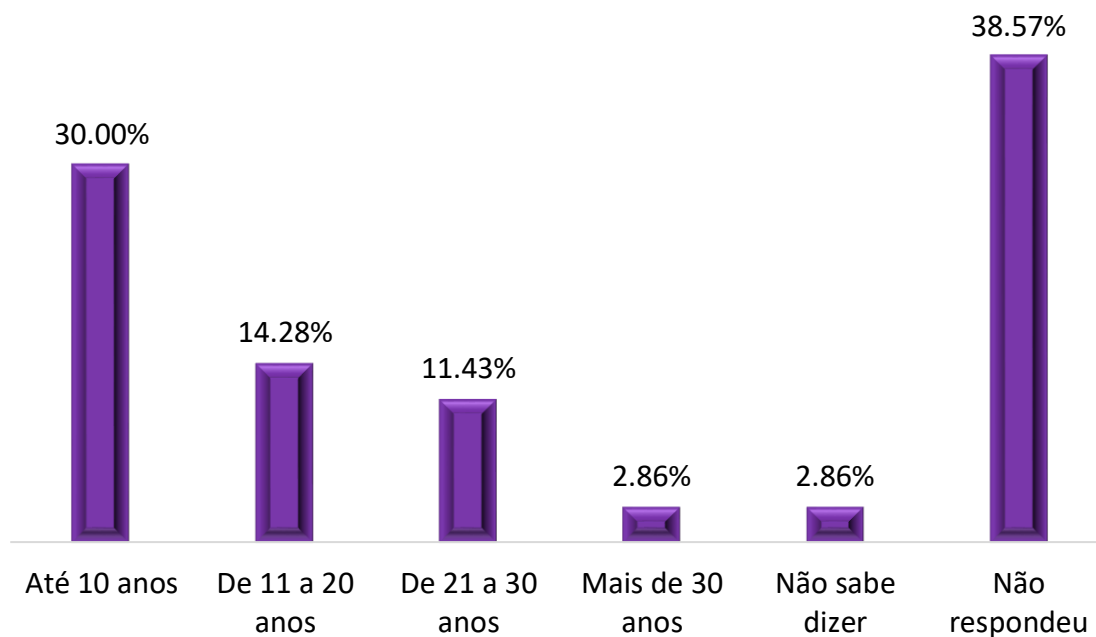


Gráfico 255 - Descreva sua Produção vegetal em Quantidade Produzida (Sc. / Kg. / Pés / Caixas).

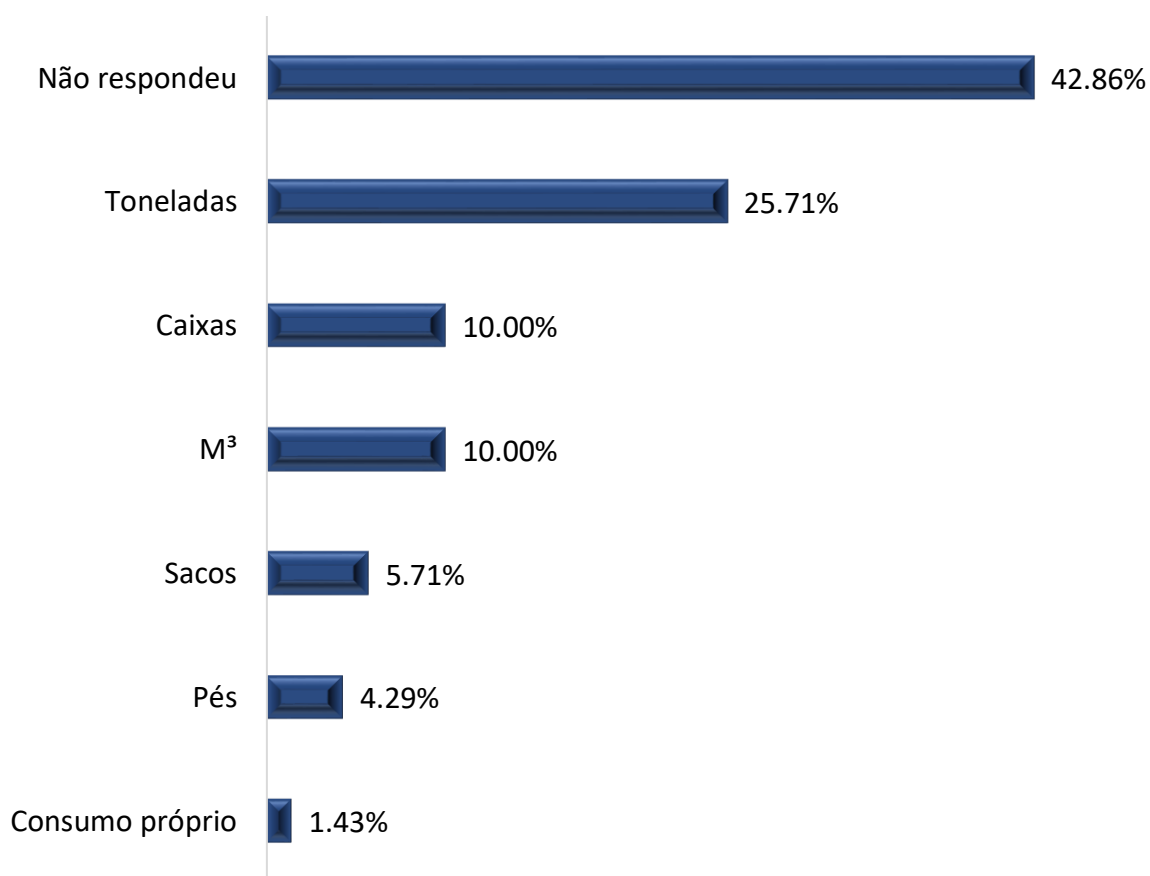


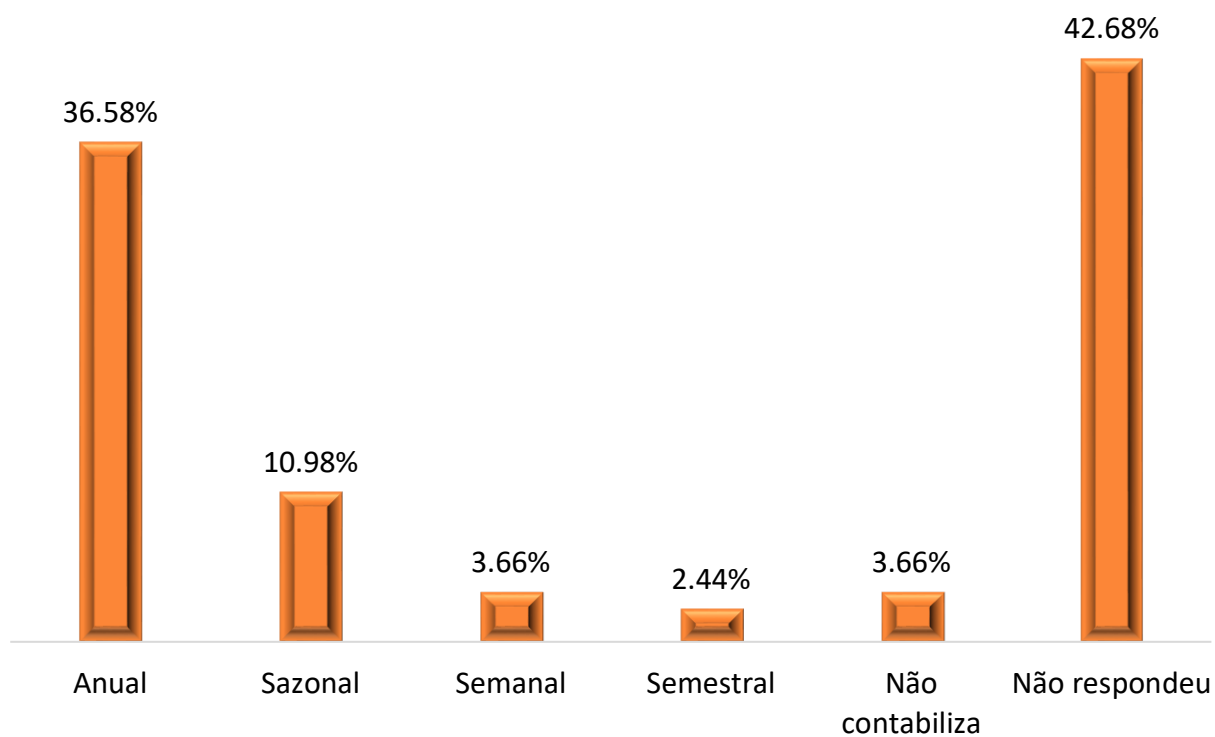
Gráfico 256 - Descreva sua Produção **vegetal** em **Valor** (R\$).Gráfico 257 - Descreva sua Produção **vegetal** em **Frequência** (sazonal, anual, safra - quantas no ano).

Gráfico 258 - Descreva sua Produção **vegetal** em **Comprador** (Atravessador / Cooperativa / Supermercado / Consumidor Final).



Gráfico 259 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Criação**.

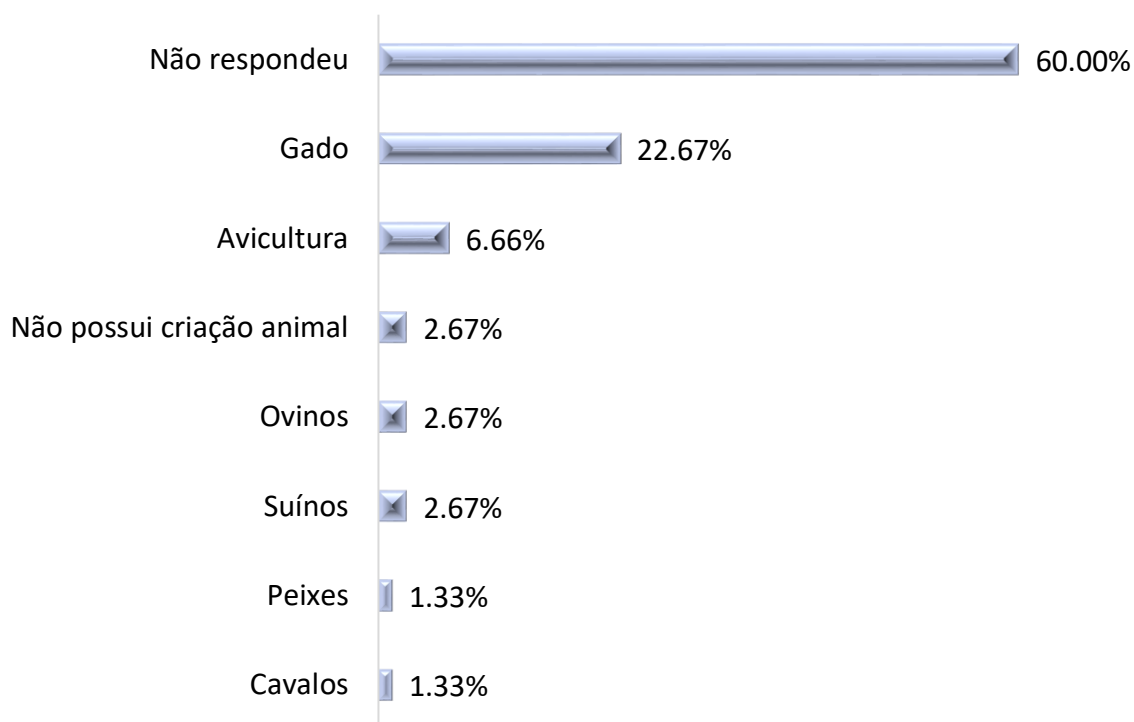


Gráfico 260 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Tipo** (Tipo Convencional/ Orgânica/ Agroecológica).

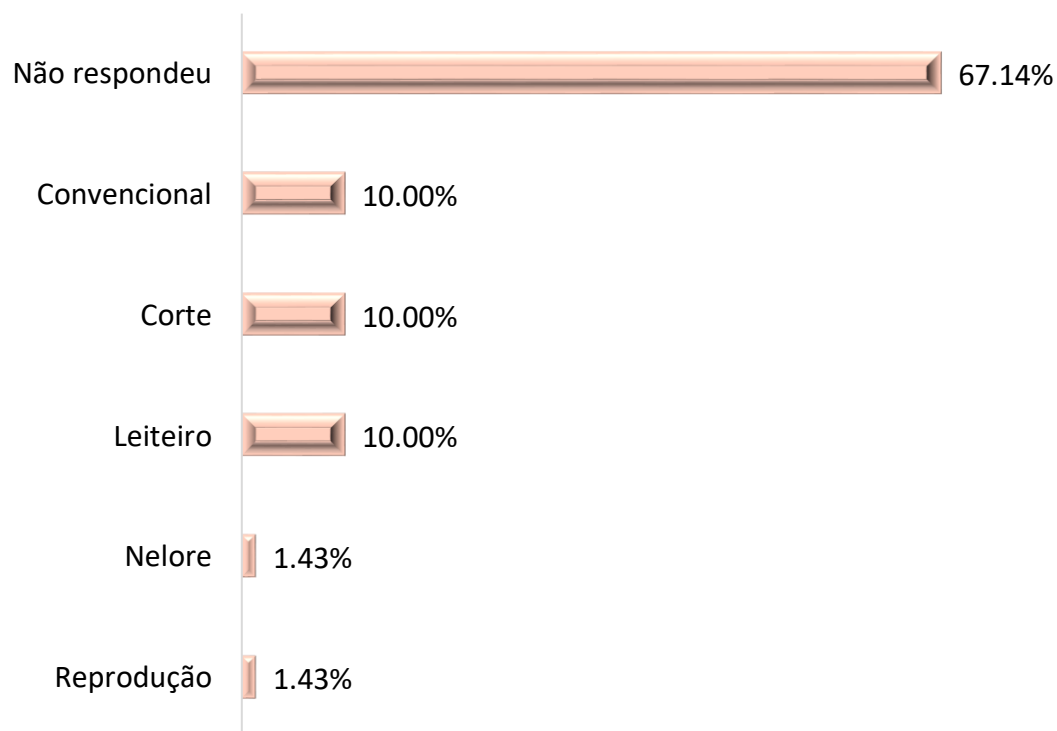


Gráfico 261 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Área** (Ha).

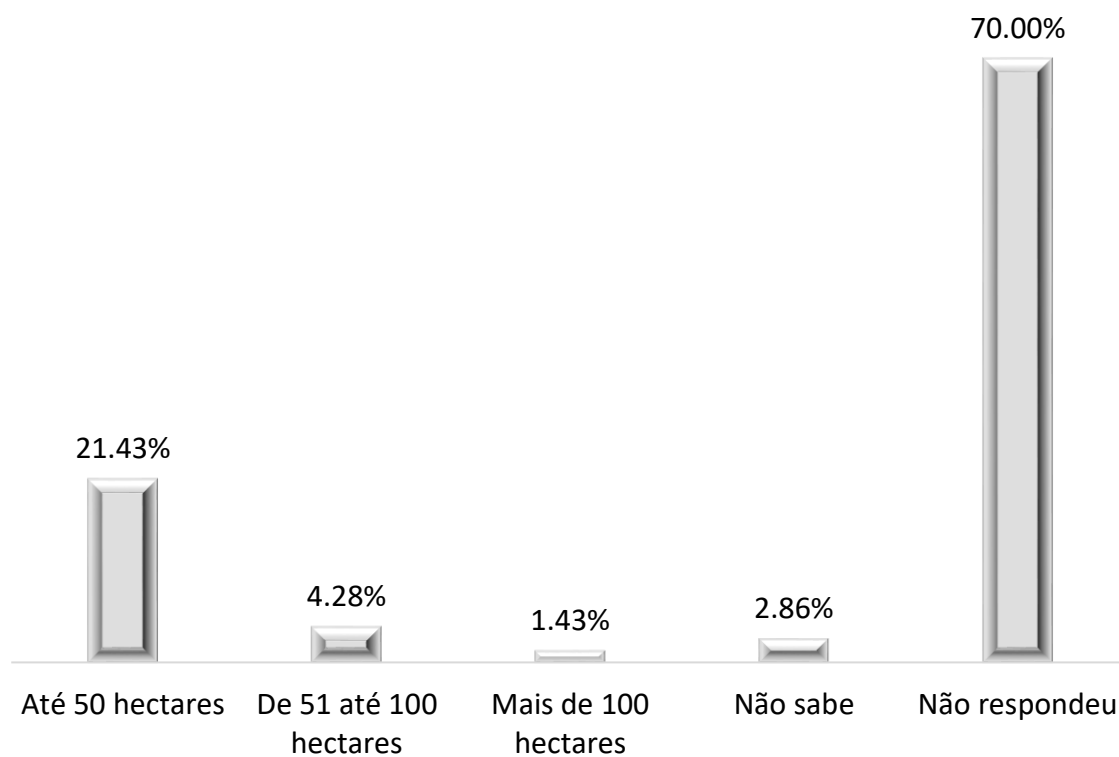


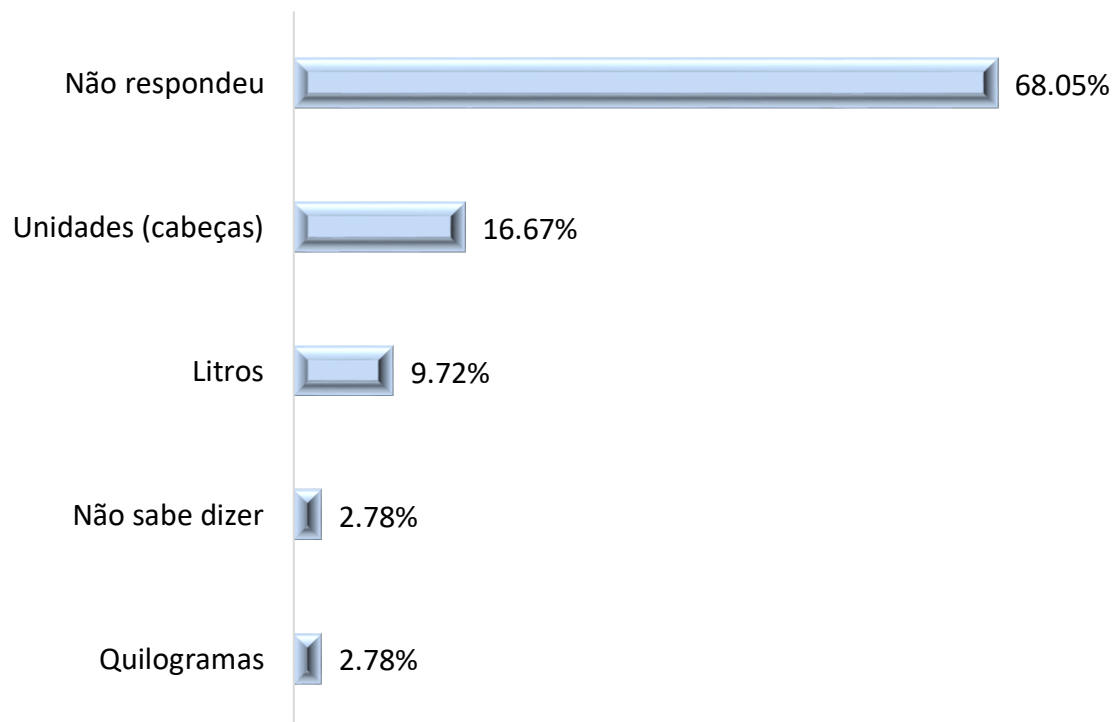
Gráfico 262 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Tempo/Atividade**.Gráfico 263 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Quantidade Produzida** (U.A. / @ / Lts. / Kg / Un.).

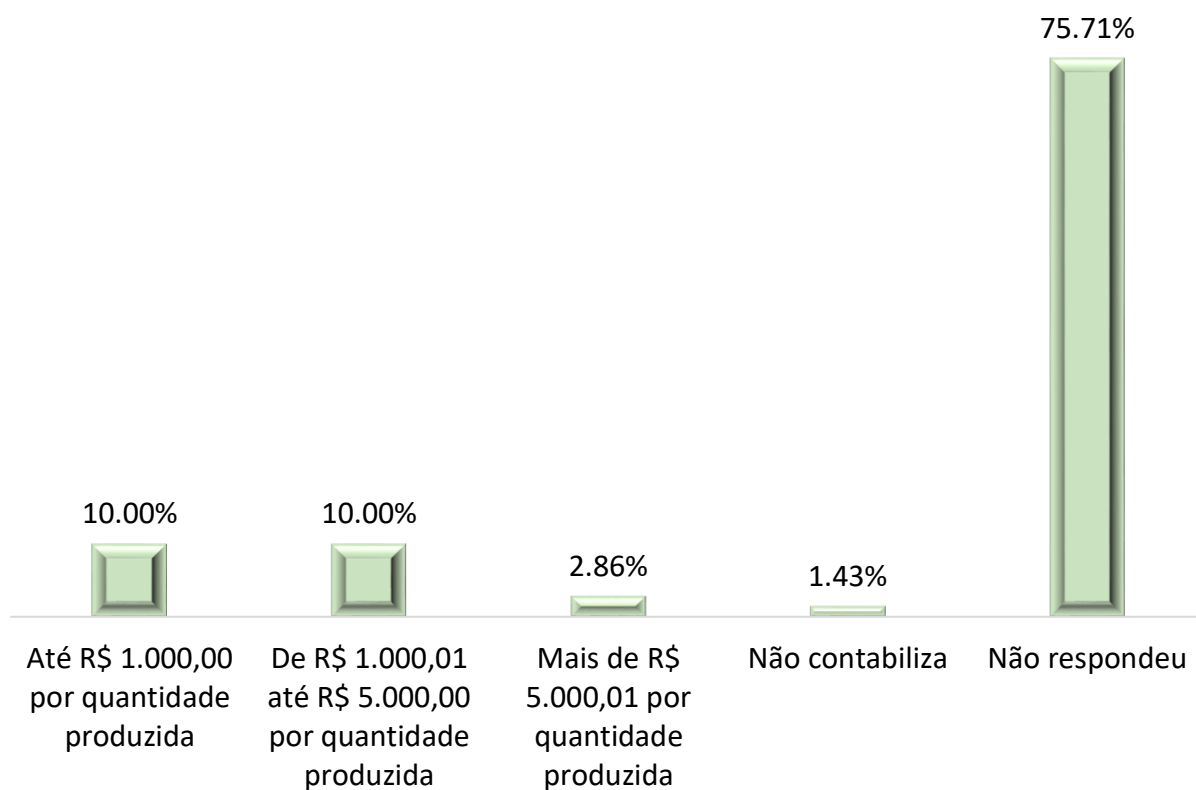
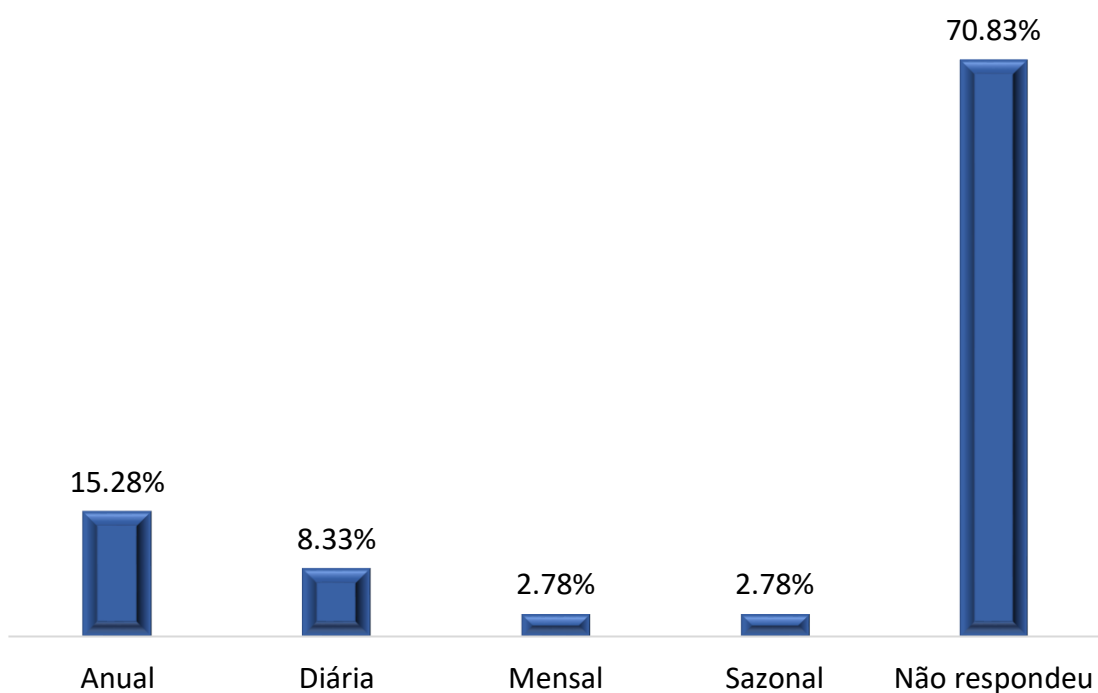
Gráfico 264 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Valor** (R\$).Gráfico 265 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Frequência** (diária, sazonal, anual, safra - quantas no ano).

Gráfico 266 - Descreva sua Produção **ANIMAL** em **Comprador** (Atravessador / Cooperativa / Supermercado / Consumidor Final).

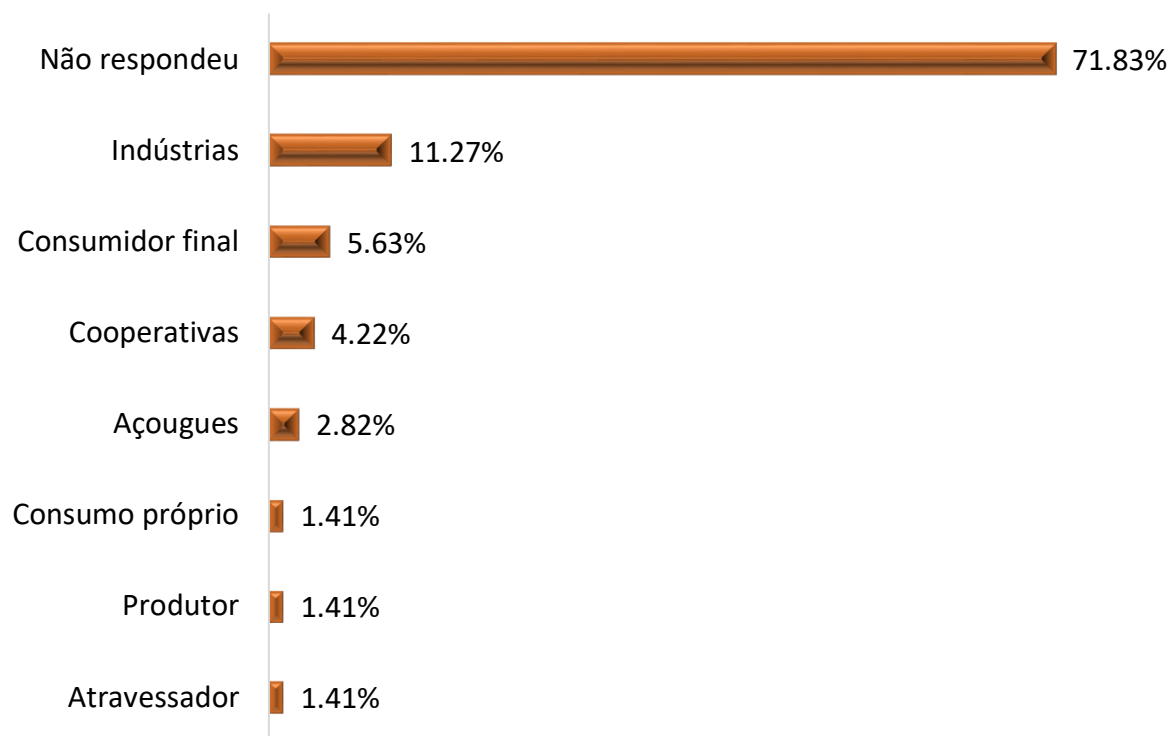
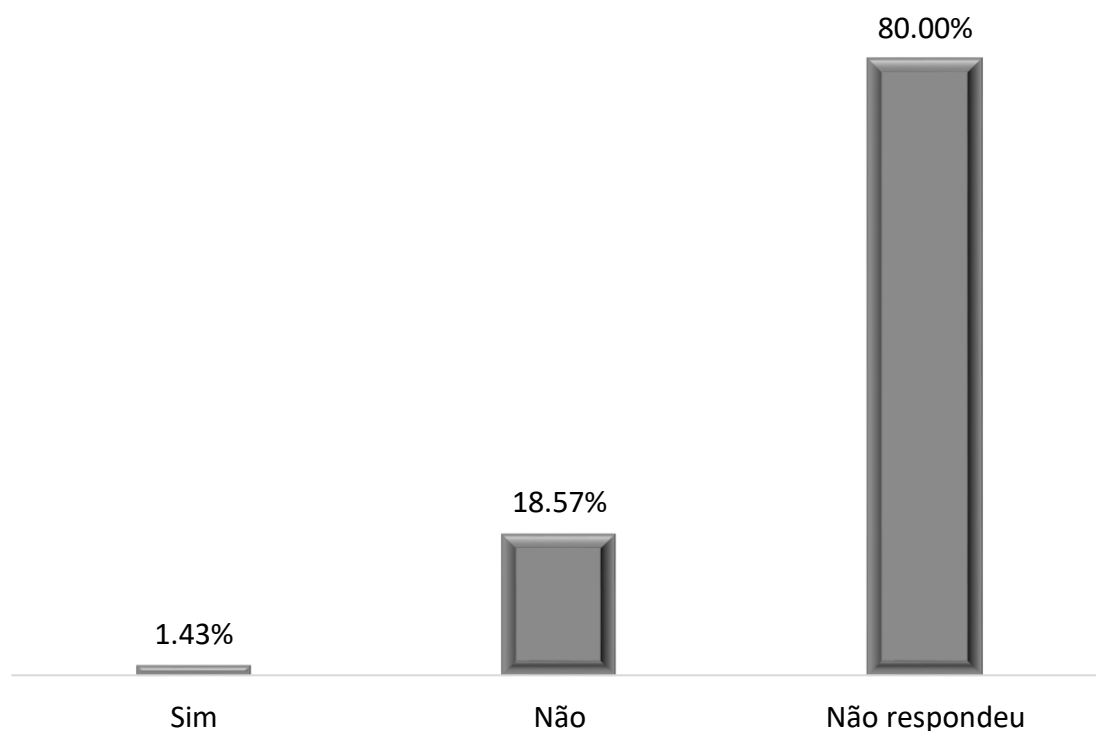
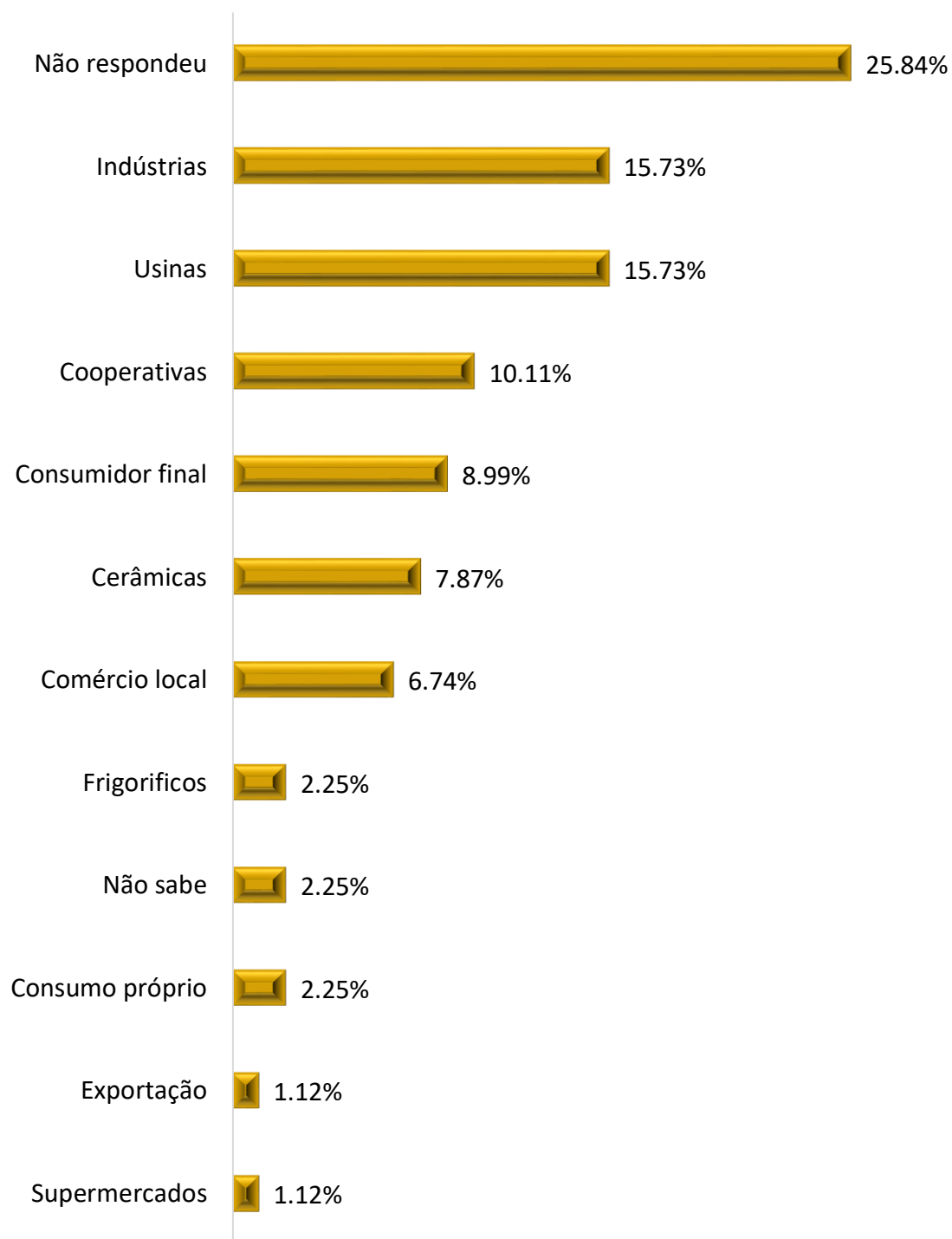


Gráfico 267 - Tem produção agropecuária em outro município?



4.Comercialização e mercado

Gráfico 268 - Qual o destino da produção?



5.Administração

Gráfico 269 - A propriedade possui croqui ou mapa?

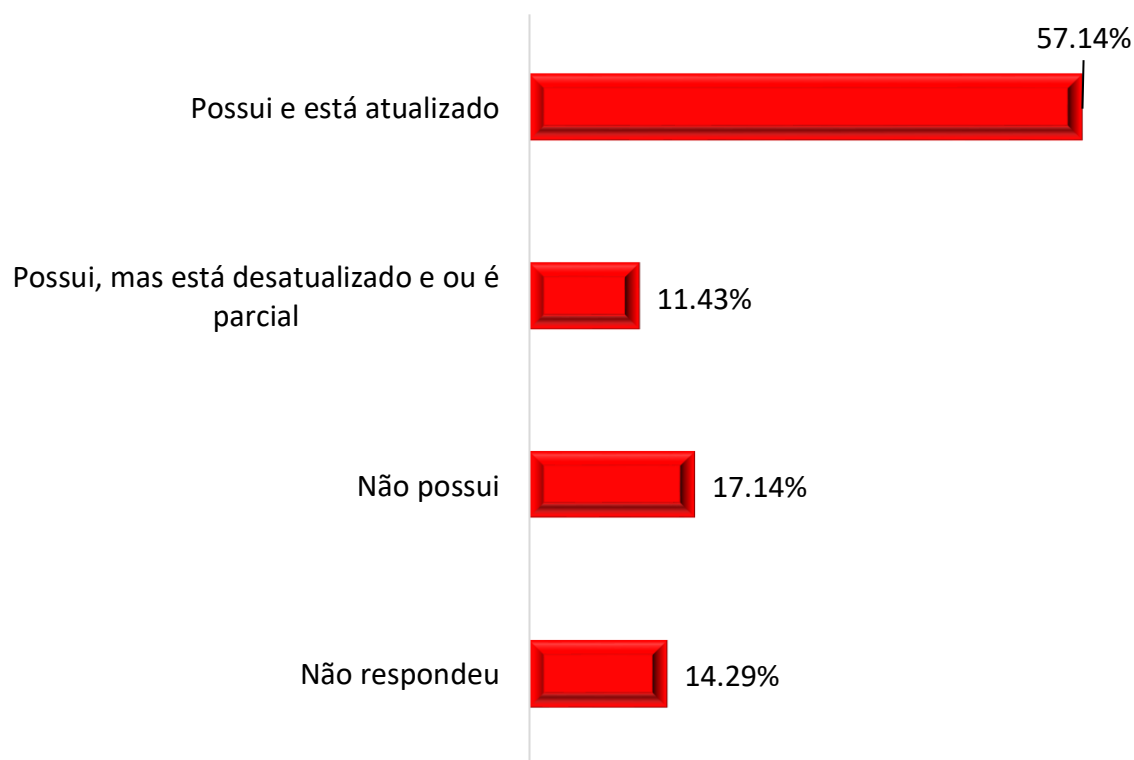


Gráfico 270 - Onde busca as informações para conduzir as suas atividades de produção?

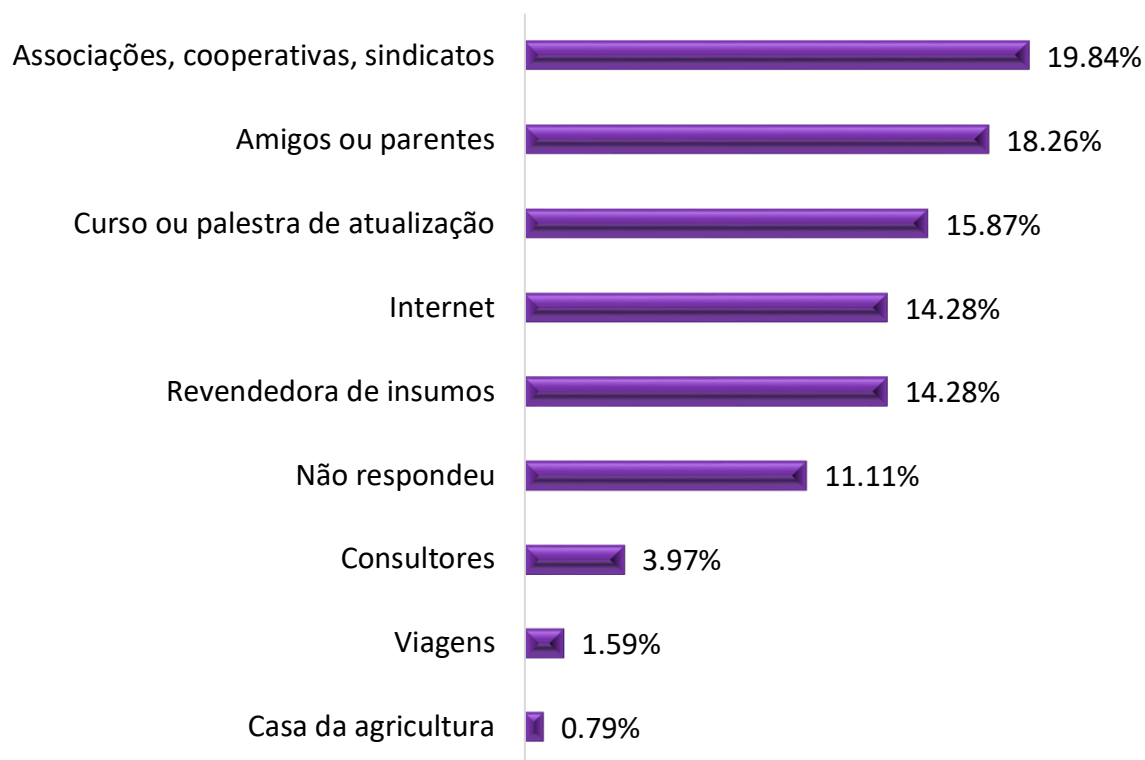


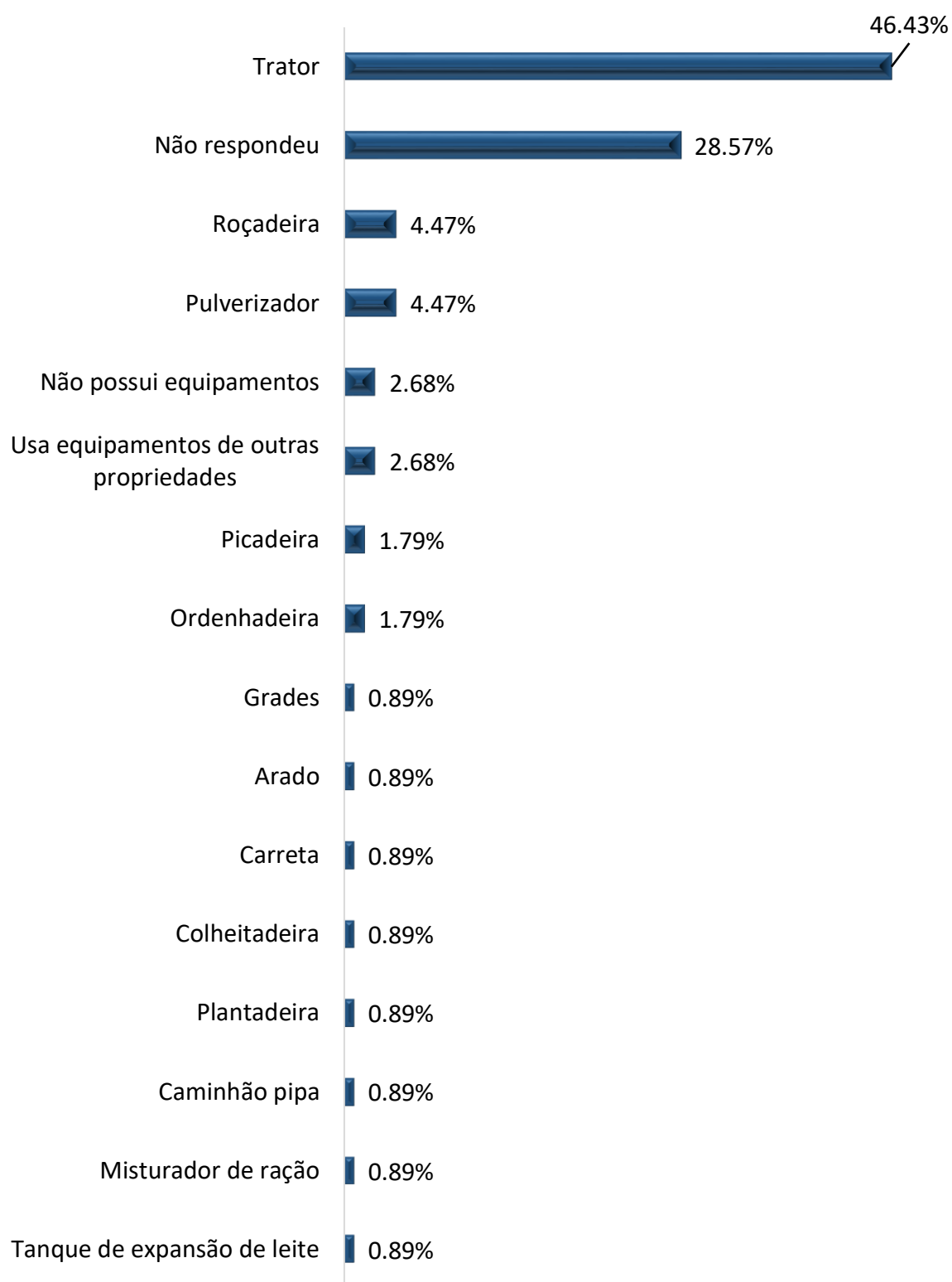
Gráfico 271 - Sobre **Máquinas e implementos**, indique **o que possui**.

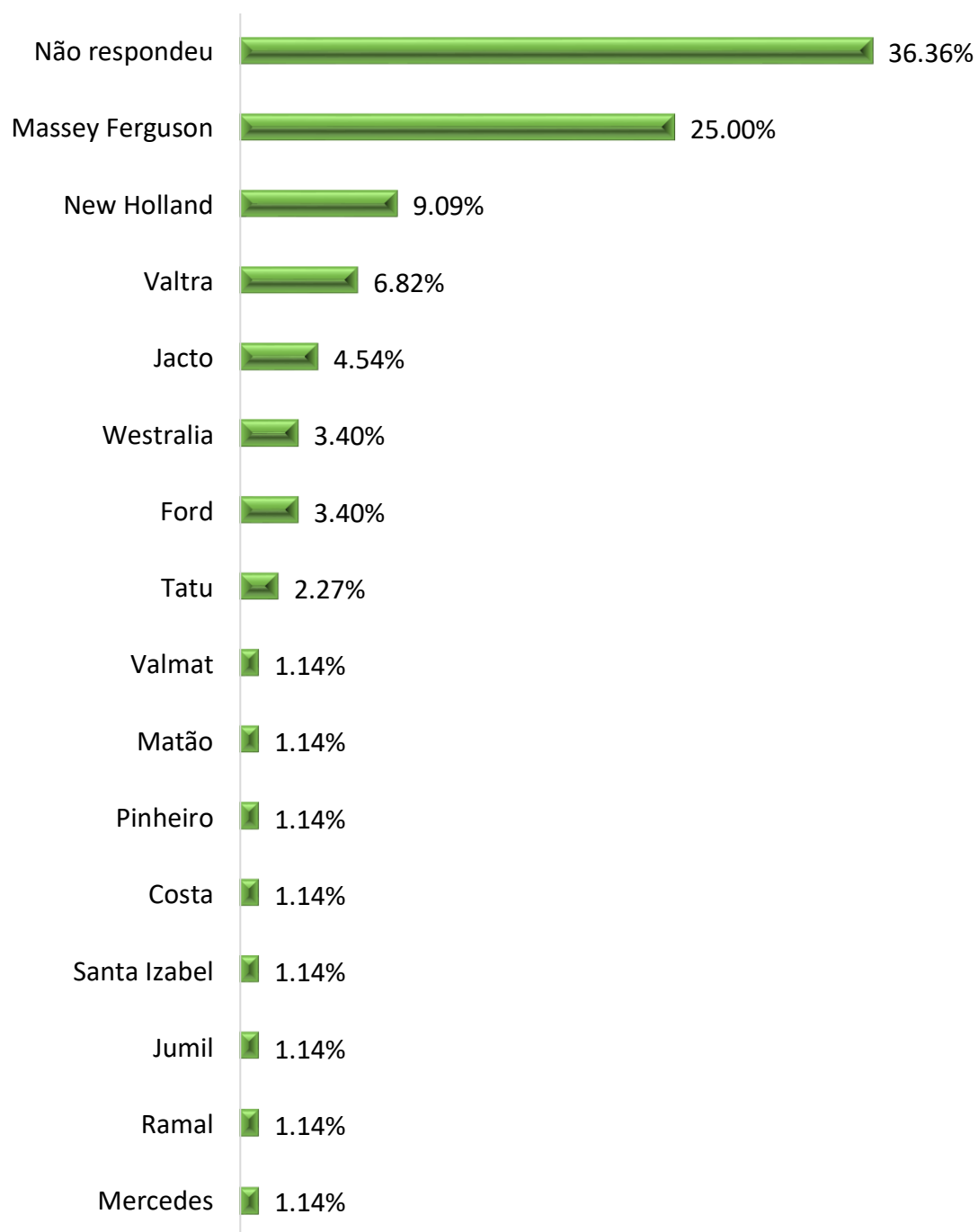
Gráfico 272 - Sobre **Máquinas e implementos**, indique as marcas dos equipamentos.

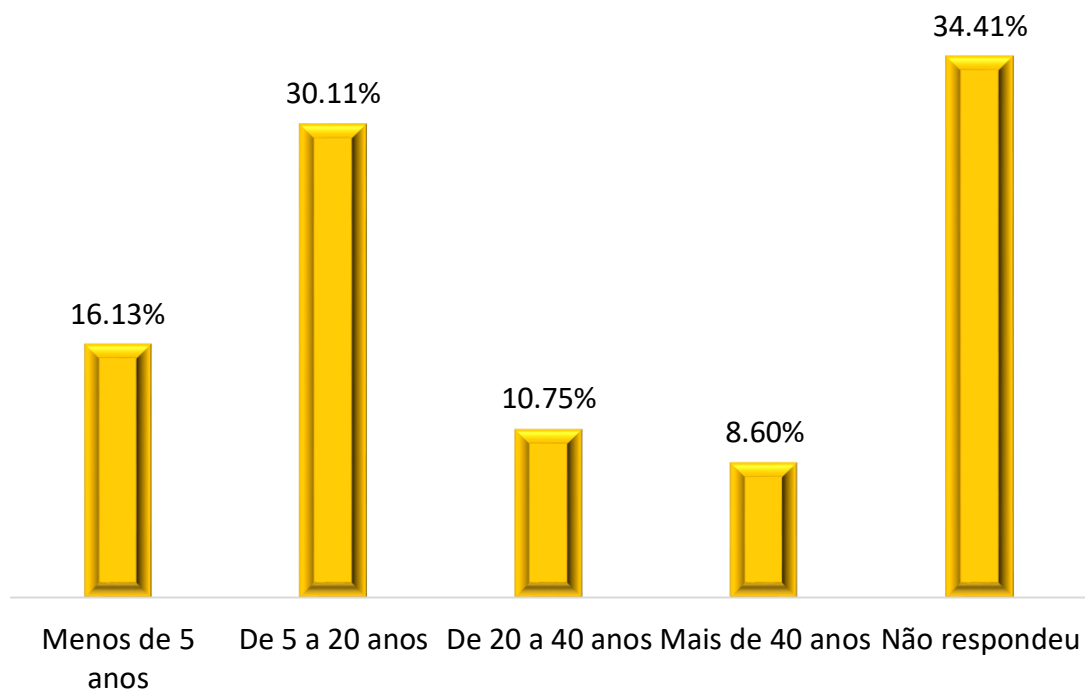
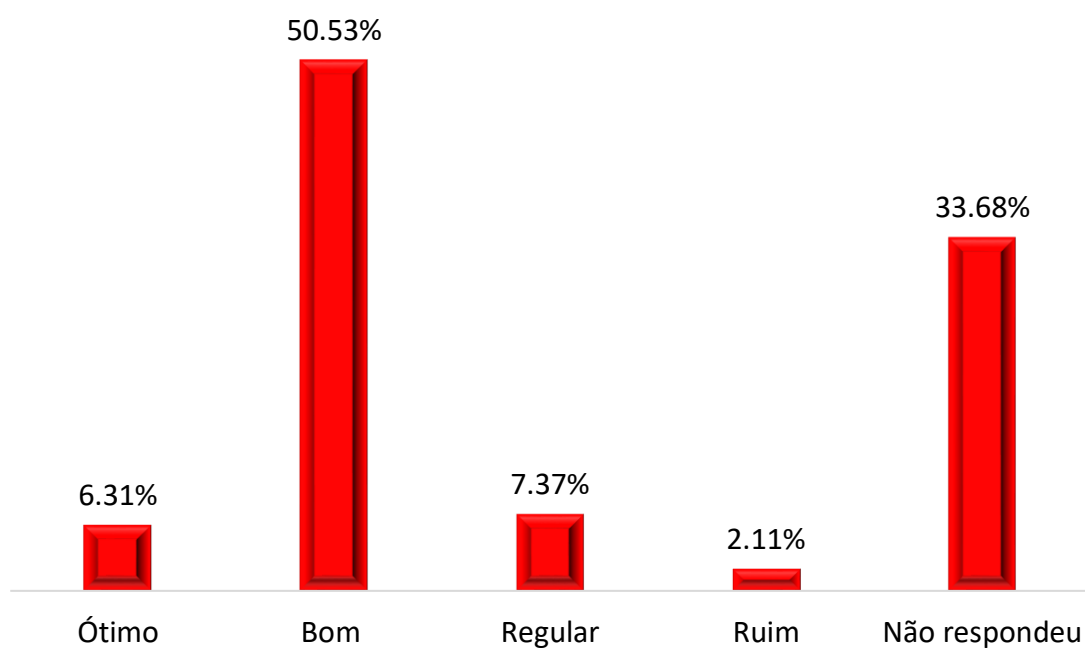
Gráfico 273 - Sobre **Máquinas e implementos**, indique a **idade dos equipamentos**.Gráfico 274 - Sobre **Máquinas e implementos**, indique o **estado de conservação dos equipamentos**.

Gráfico 275 - Sobre a energia elétrica:

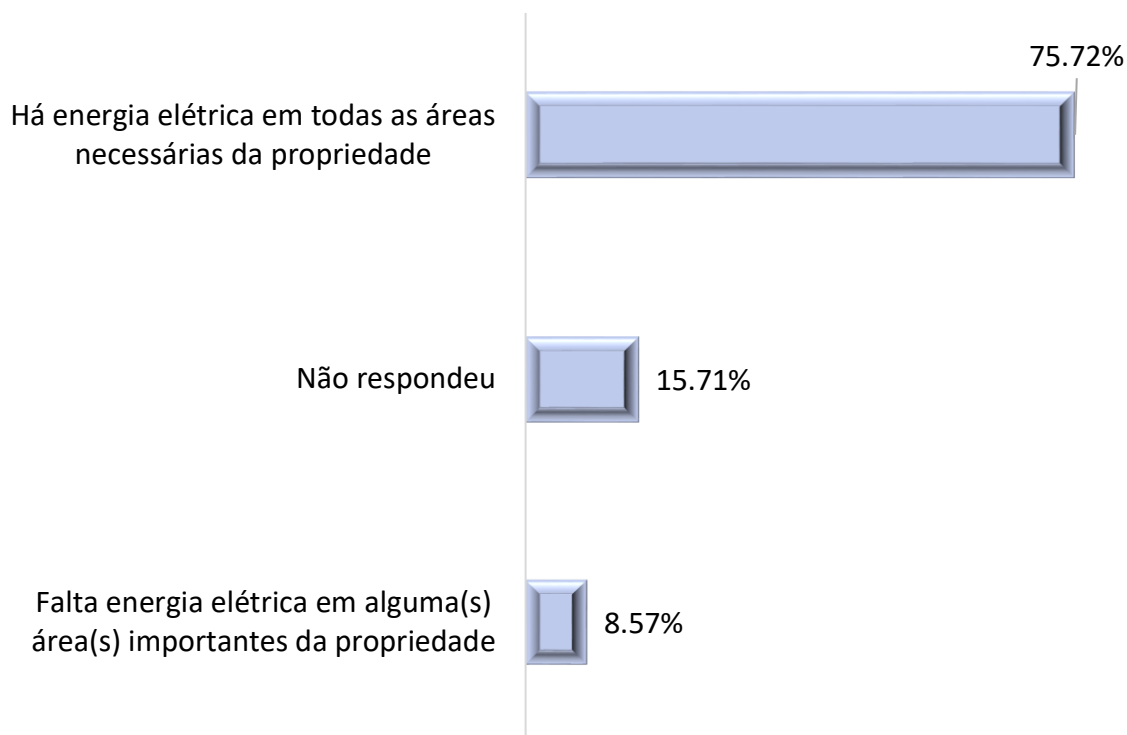


Gráfico 276 - Sobre o sinal de internet:

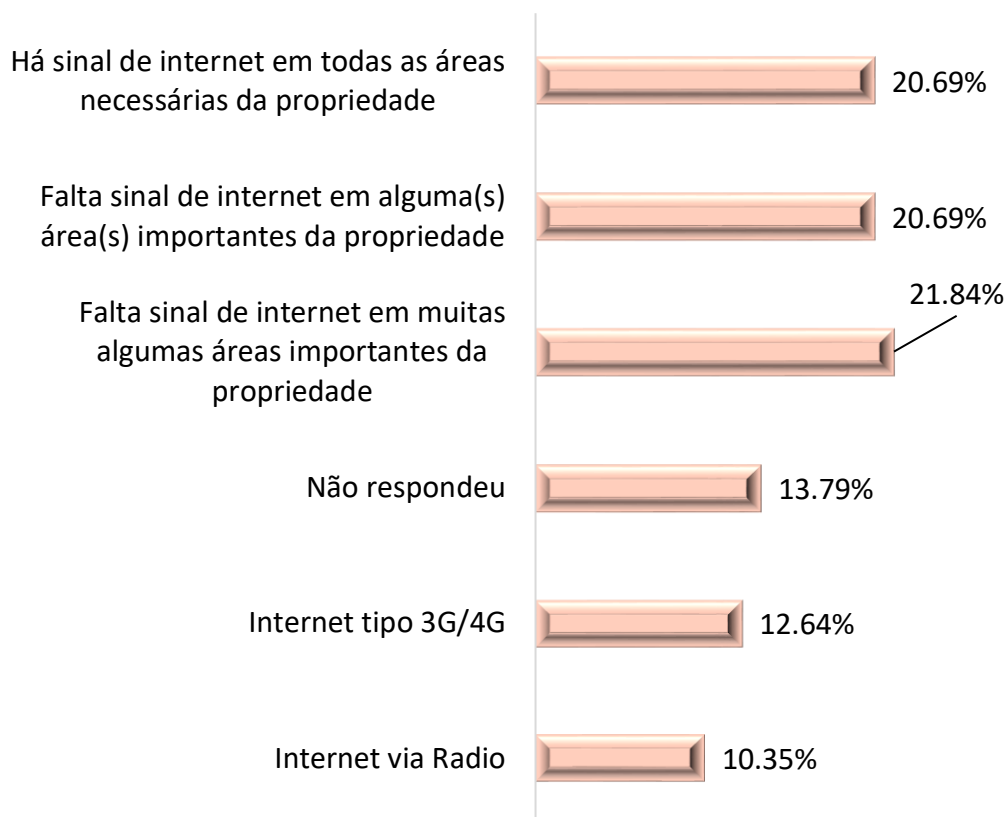


Gráfico 277 - Sobre o uso de EPI:

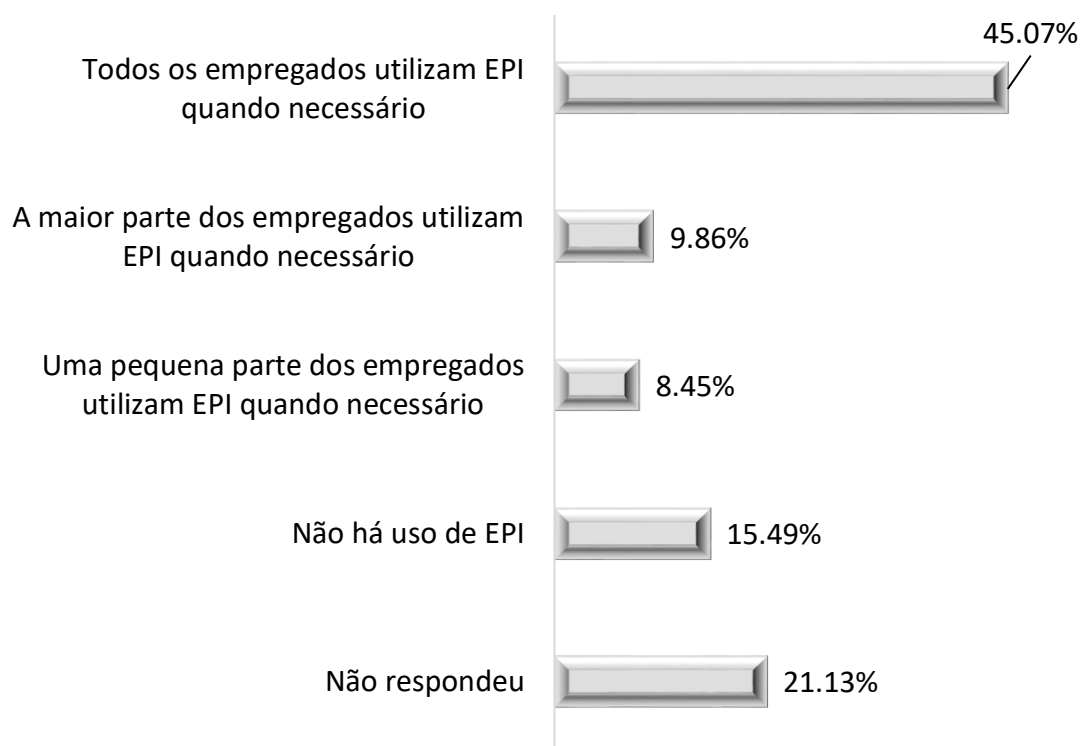


Gráfico 278 - Há um agrônomo ou técnico agrícola responsável pela propriedade?

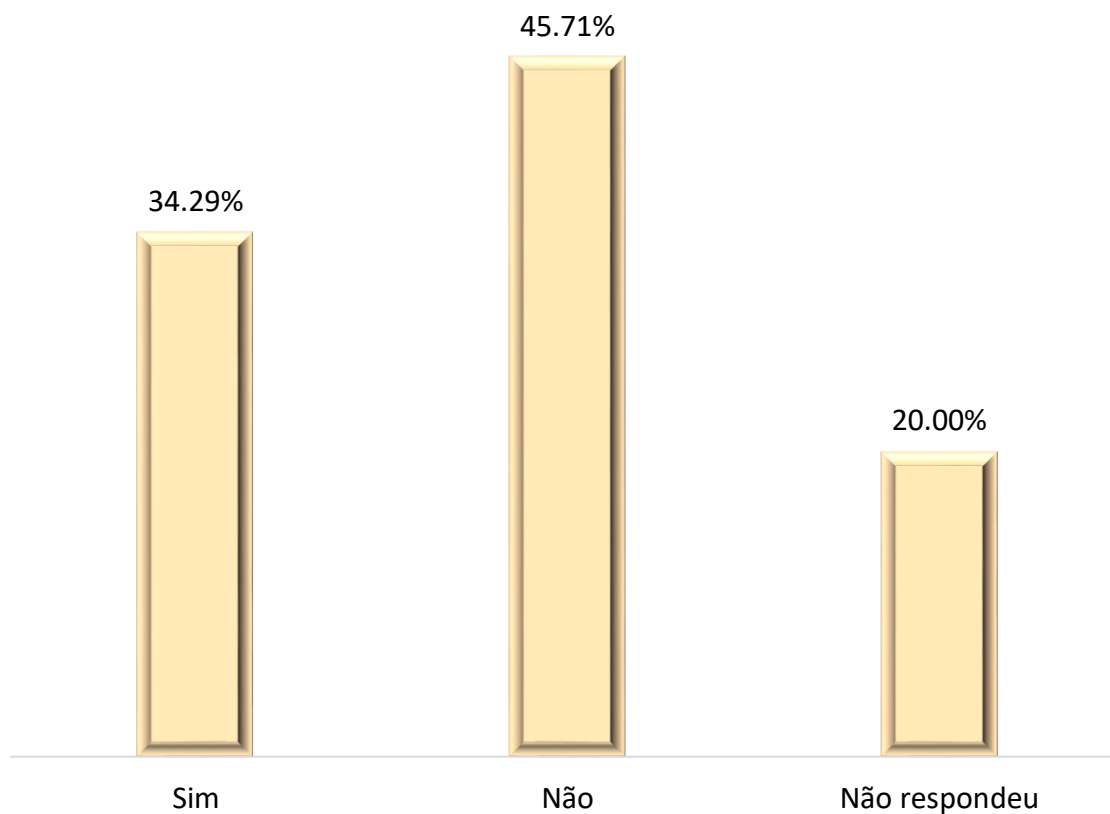


Gráfico 279 - Se existe um agrônomo ou técnico agrícola responsável pela propriedade, este segue o receituário agrônômico?

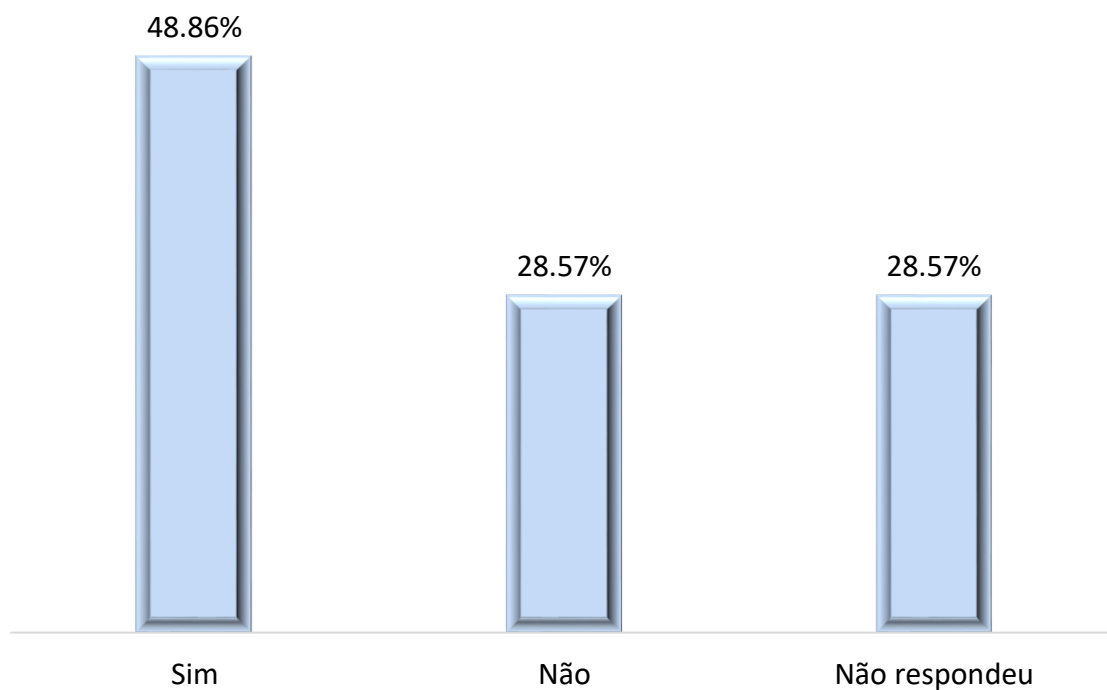


Gráfico 280 - Se existe um agrônomo ou técnico agrícola responsável pela propriedade, este segue o receituário agrônômico?

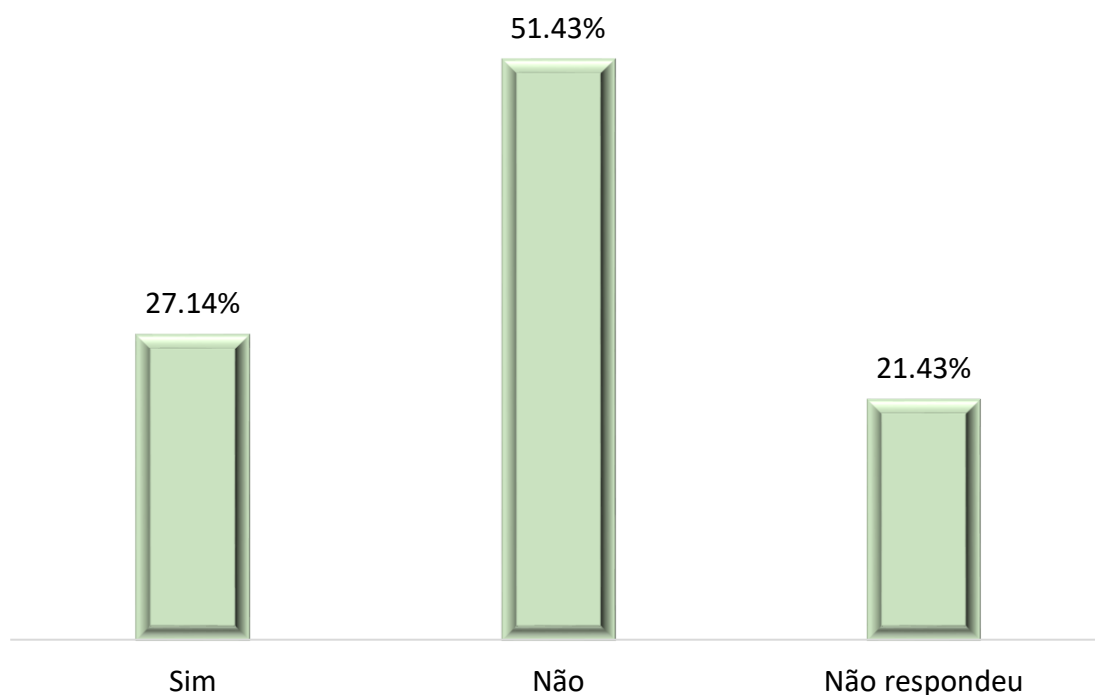
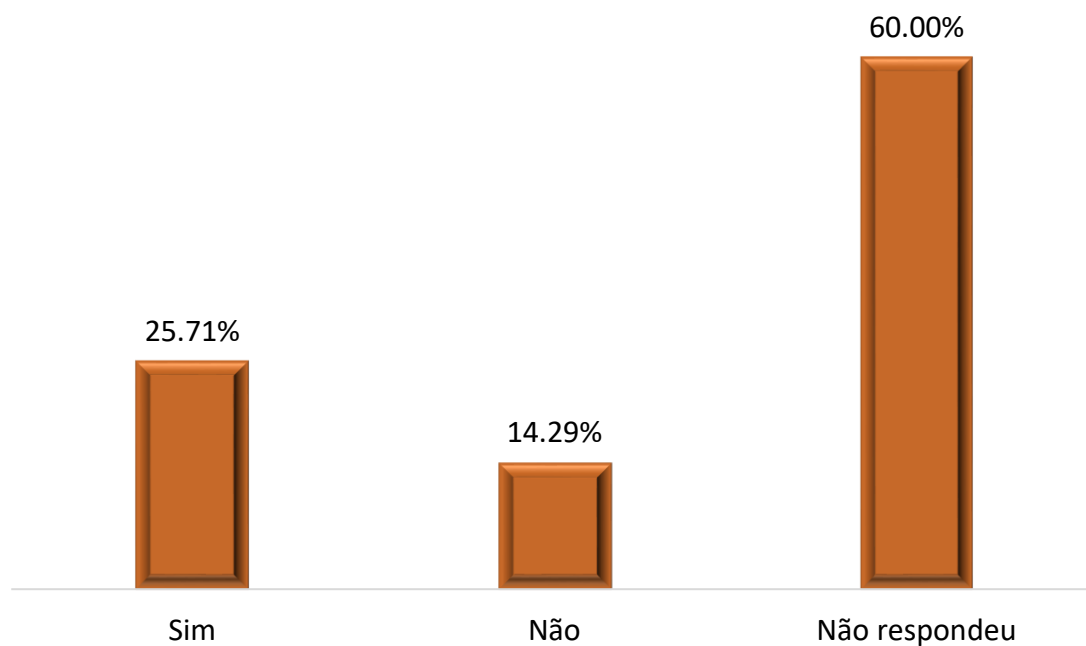


Gráfico 281 - Se existe um veterinário responsável pela propriedade, este segue o receituário?



6. Financeiro

Gráfico 282 - Renda líquida mensal da propriedade advinda da produção em R\$ (aproximadamente):

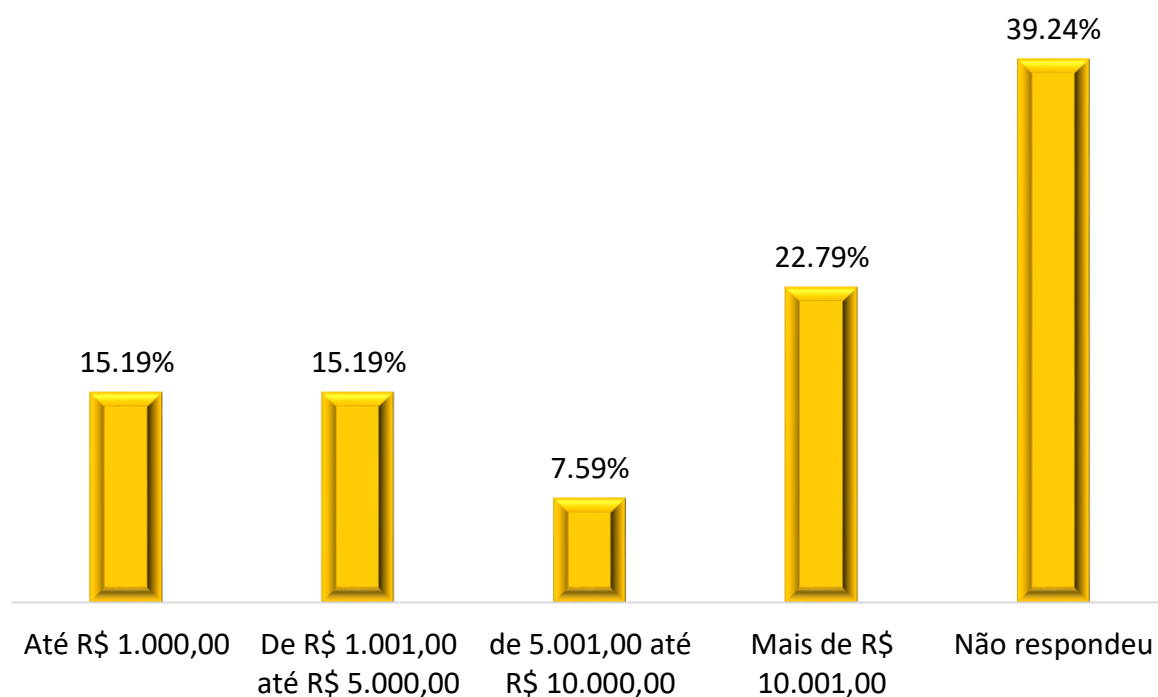


Gráfico 283 - Tem outra renda familiar além da atividade agropecuária?

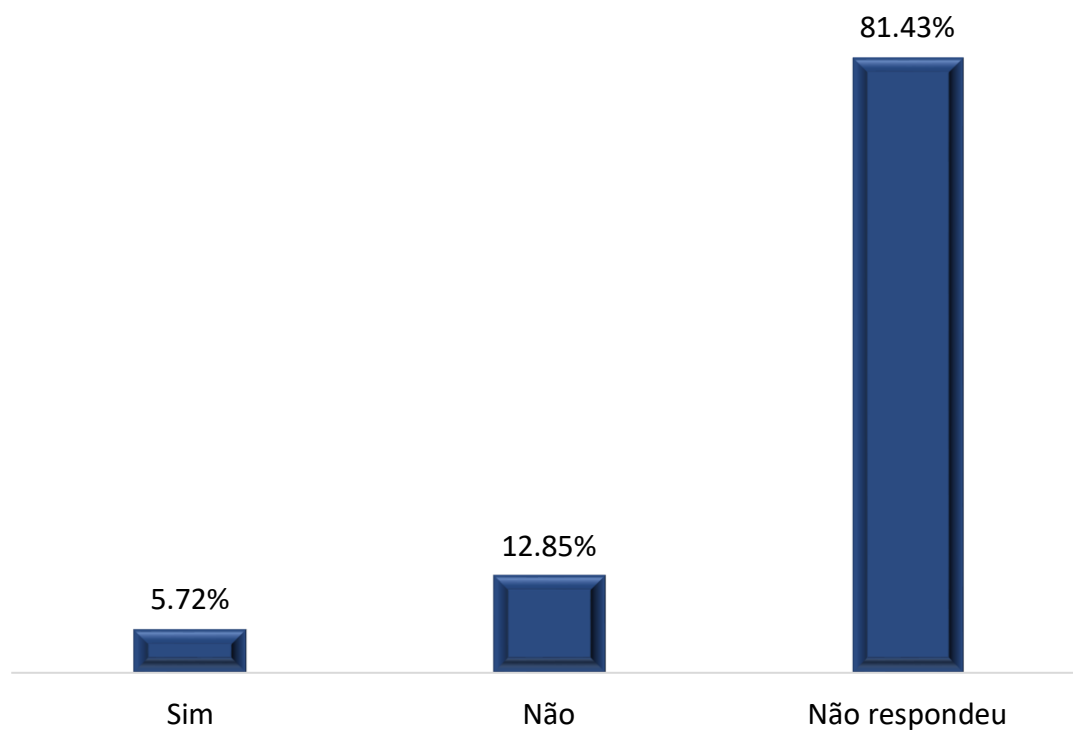


Gráfico 284 - Você acessou o crédito rural, ao menos uma vez, nos últimos 05 anos?

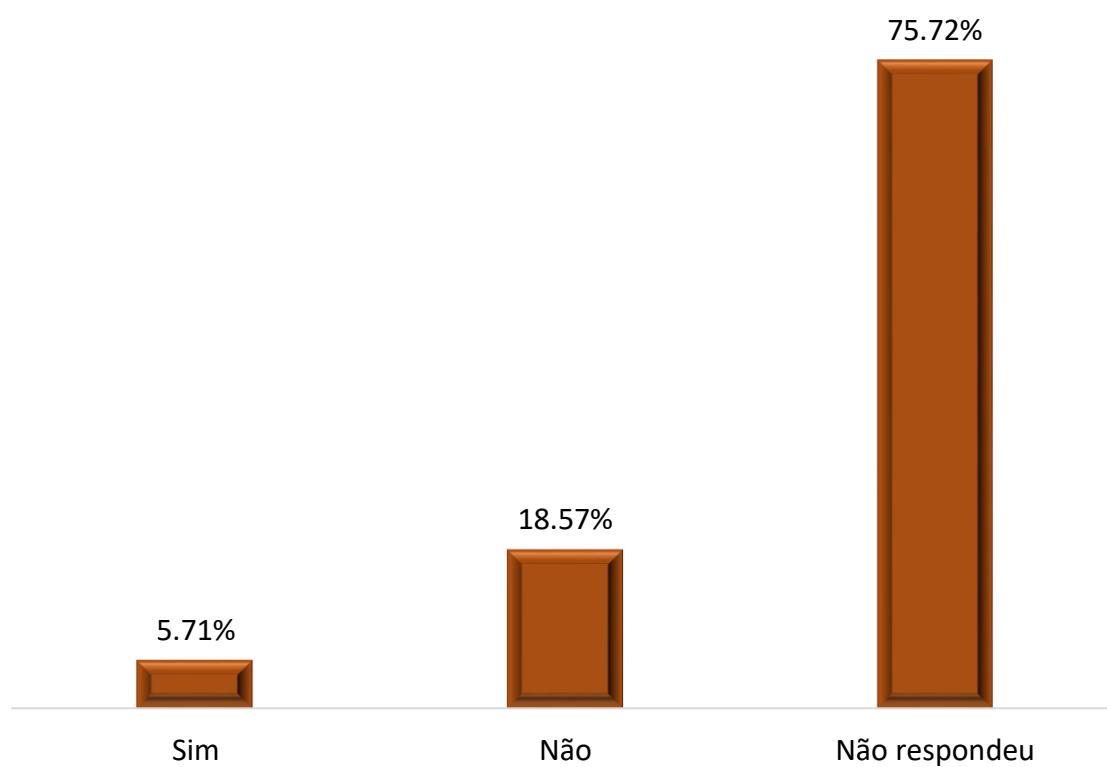
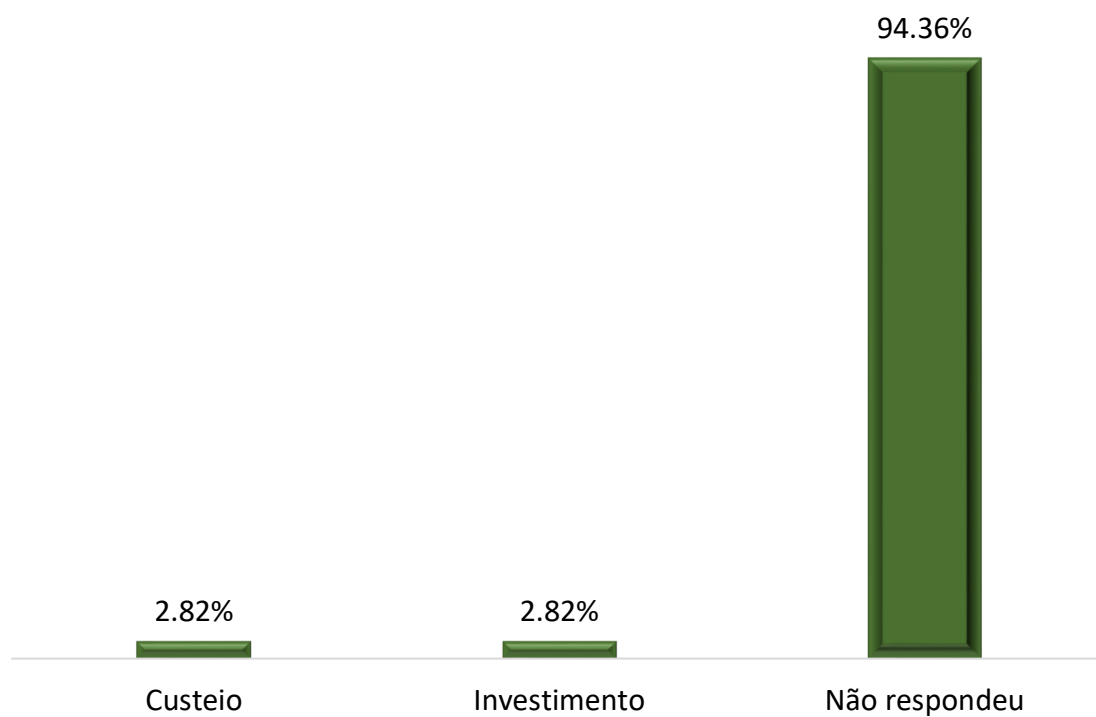


Gráfico 285 - Se acessou, foi crédito de custeio ou de investimento?



7. Atualização profissional

Gráfico 286 - Participou de algum treinamento nos últimos 05 anos?

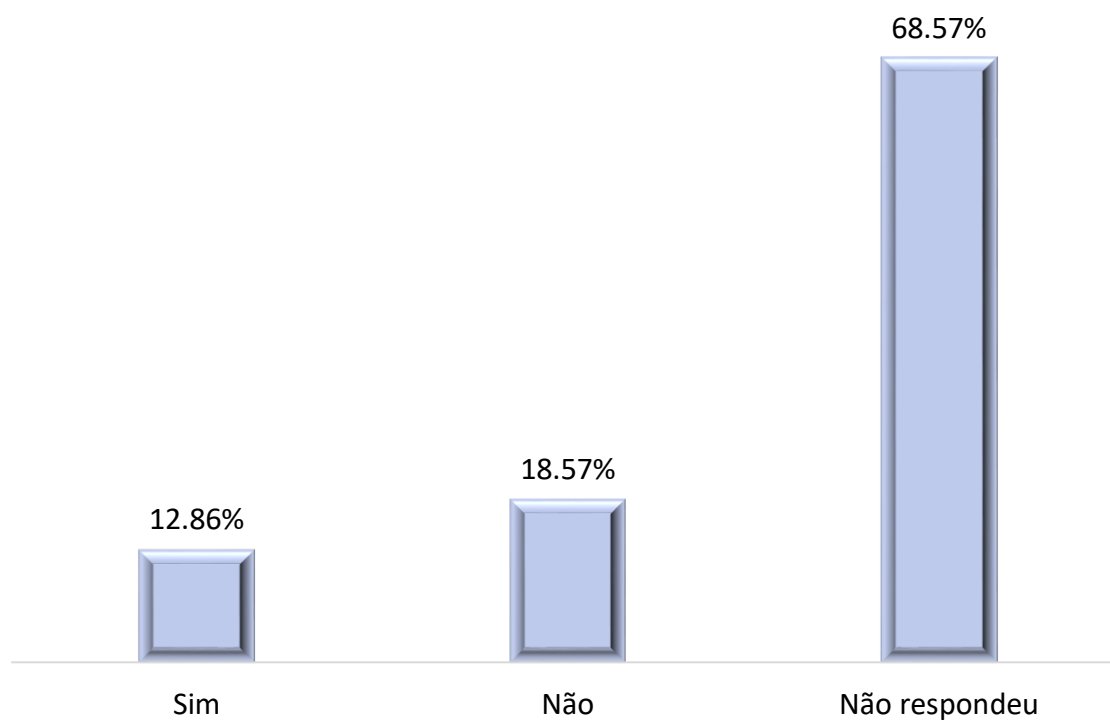
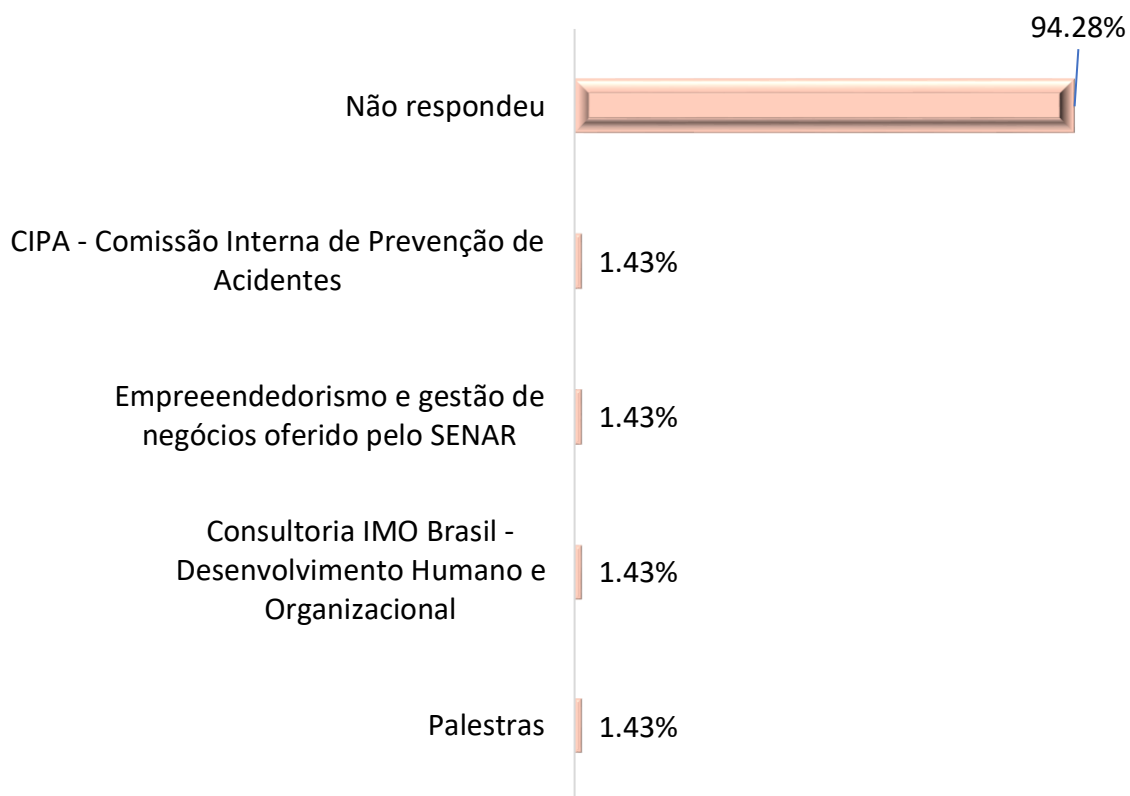


Gráfico 287 - Se participou, qual (is) treinamento (s)?



8. Problemas enfrentados

Gráfico 288 - Teve quebra de safra significativa nos últimos 05 anos?

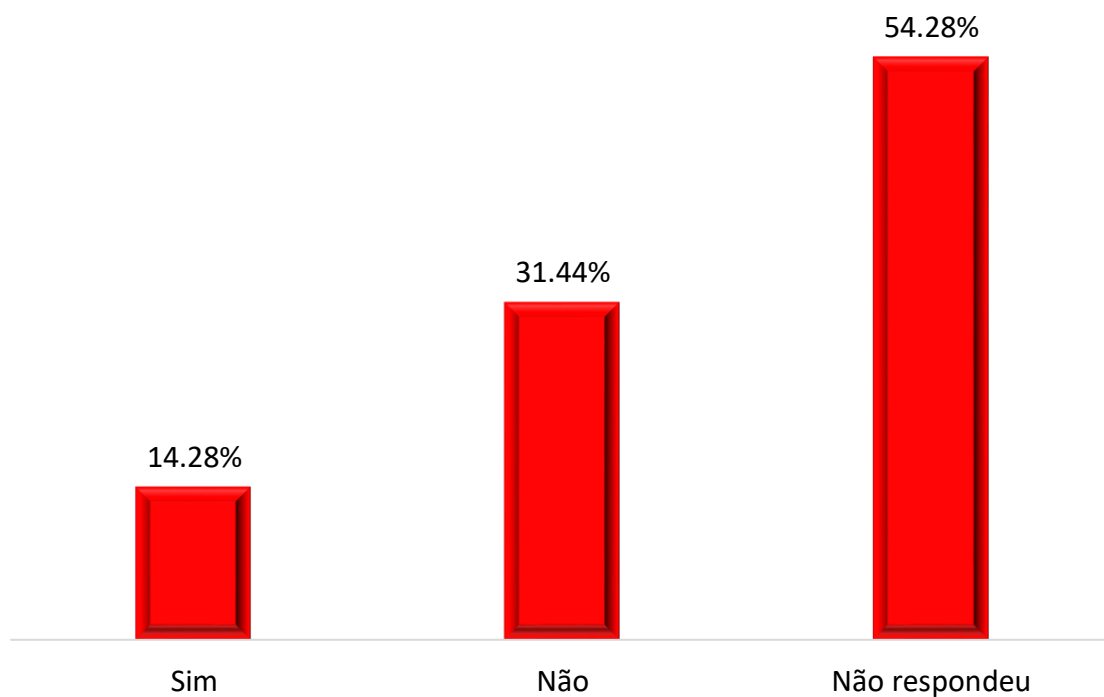


Gráfico 289 - Se teve quebra de safra, qual foi o motivo?

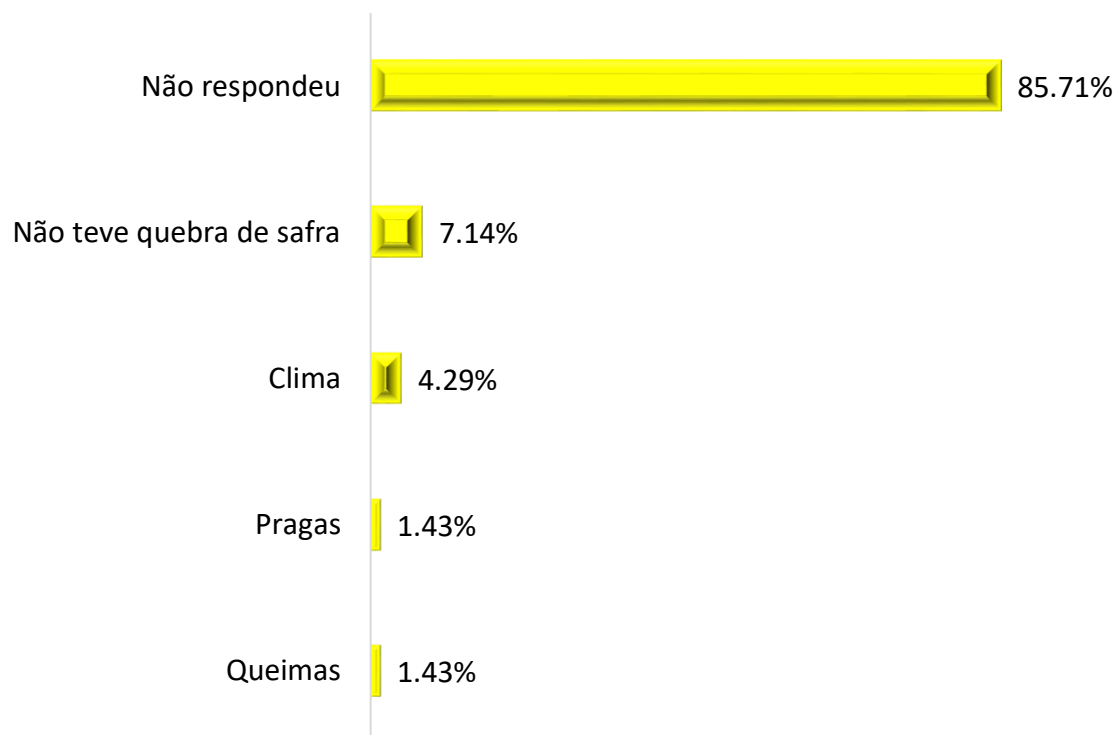


Gráfico 290 - Teve problema com furtos na propriedade nos últimos 05 anos?

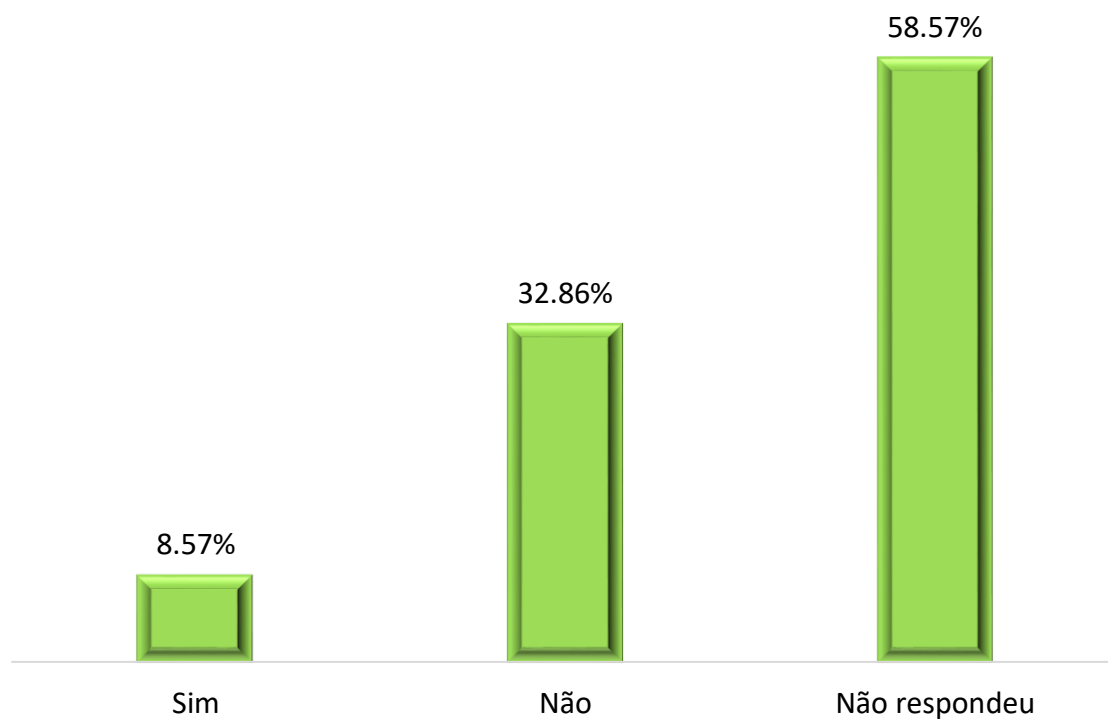
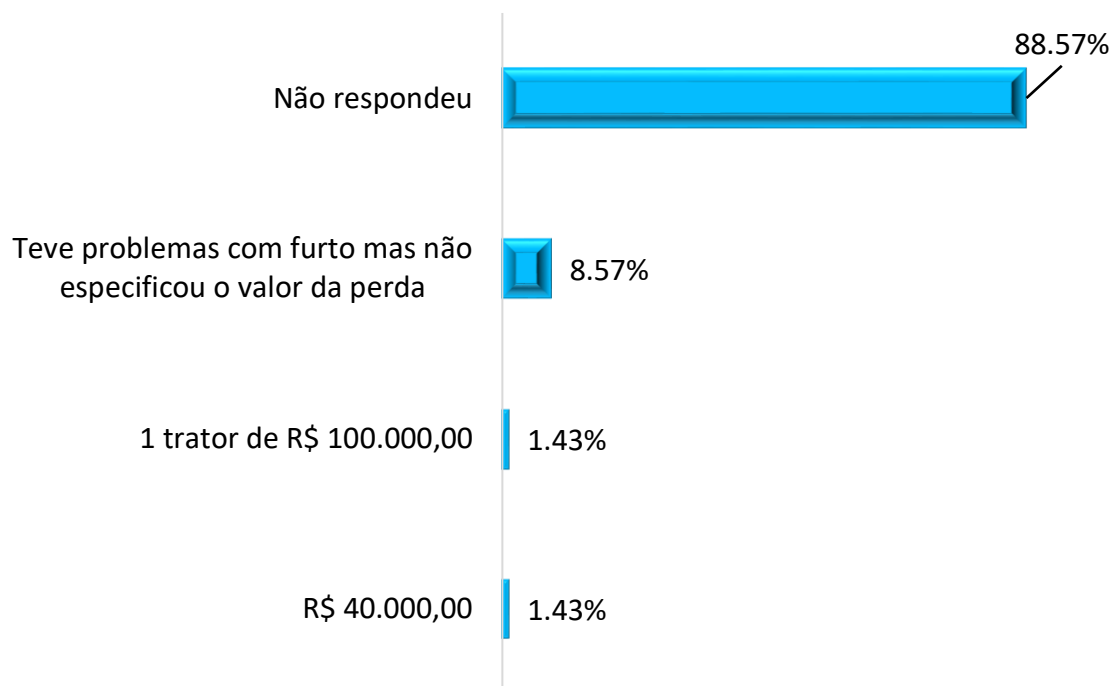


Gráfico 291 - Se teve problema com furtos, qual foi o valor estimado de perda?



9.Participação em ações

Gráfico 292 - Participa de alguma organização de produtores?

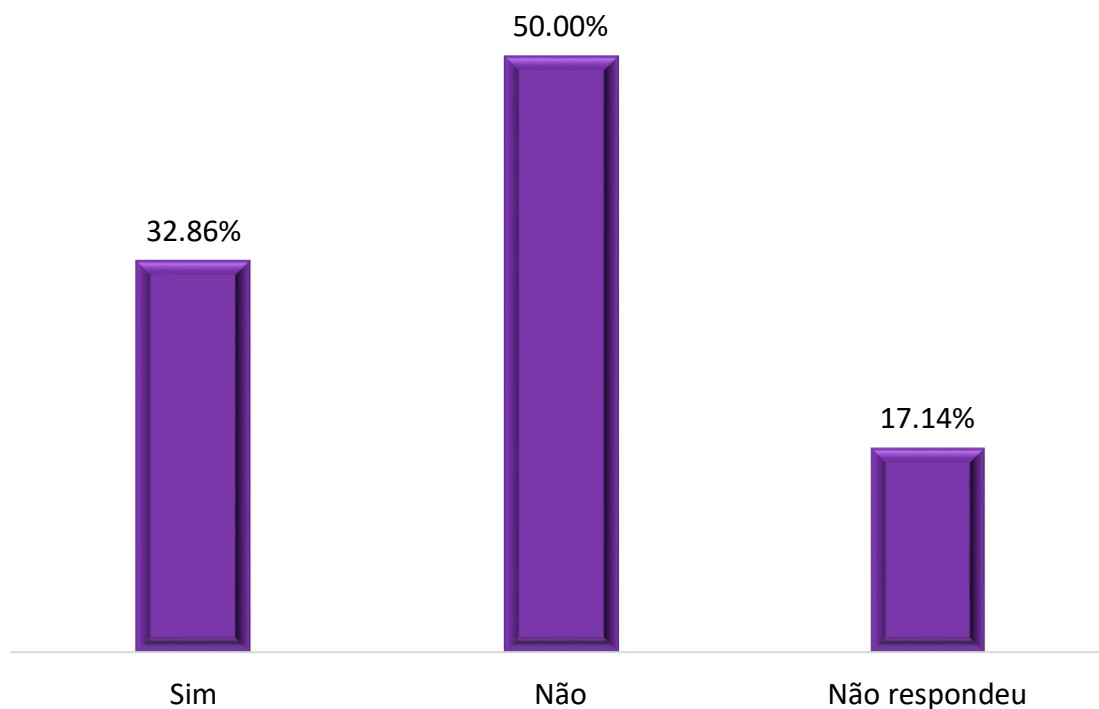


Gráfico 293 – Qual organização de produtores você participa?

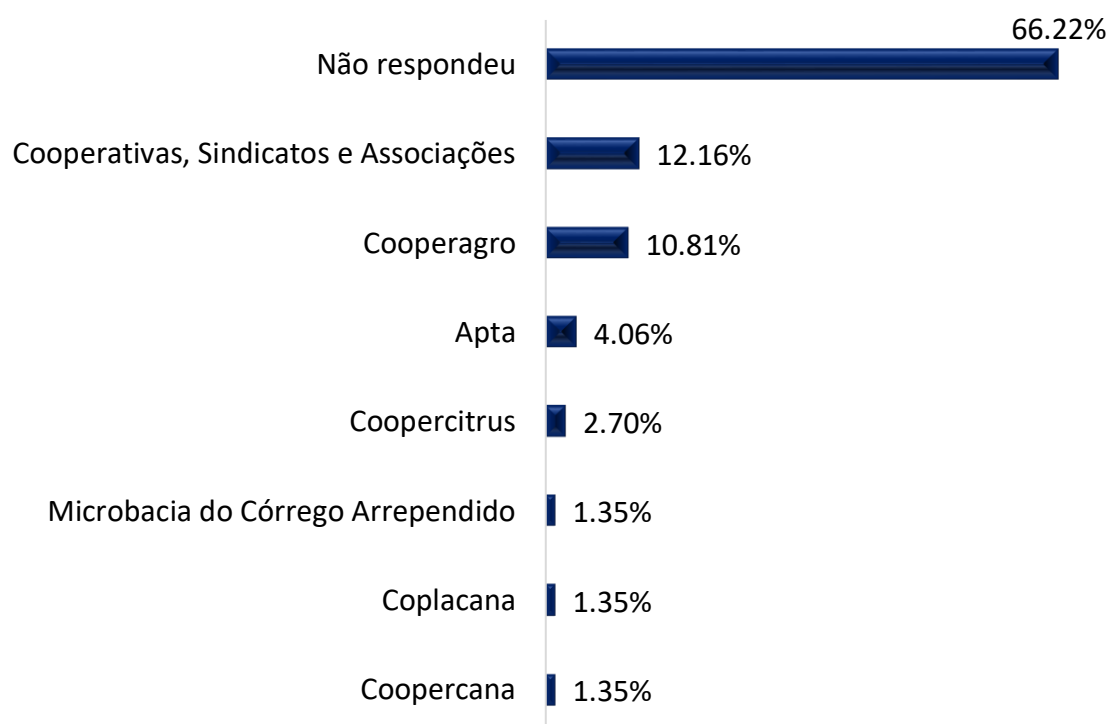
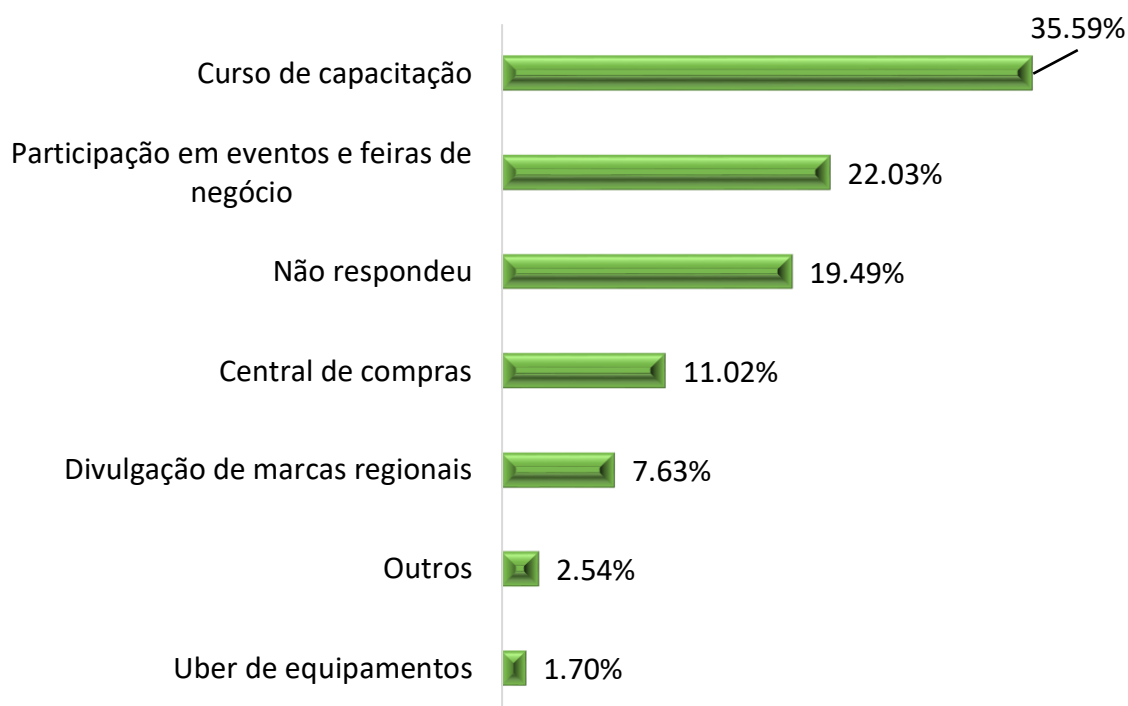
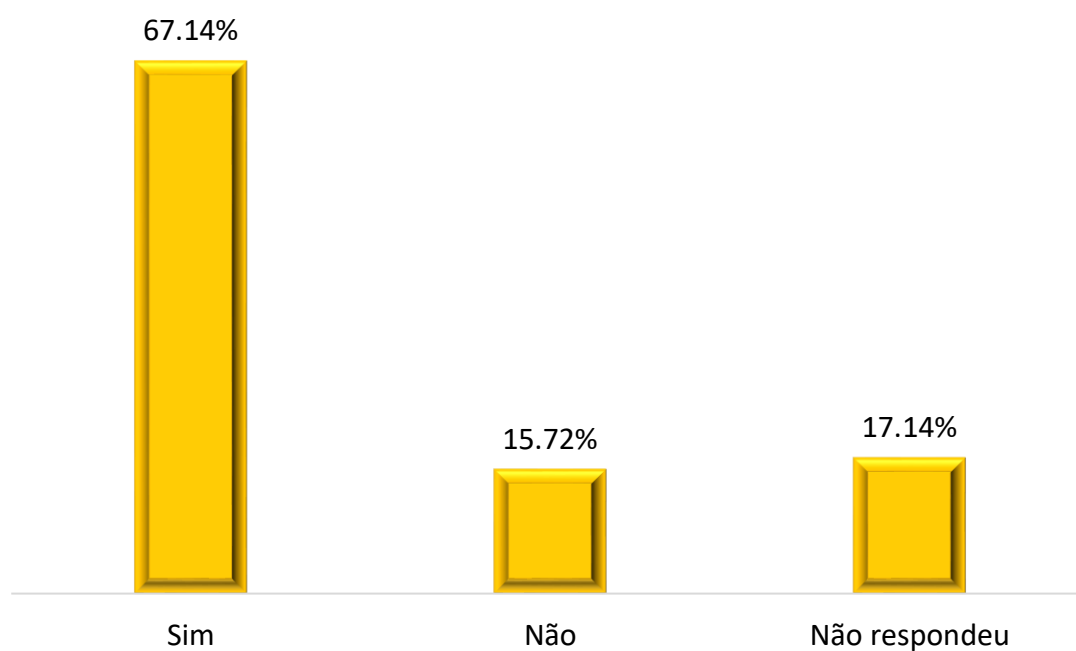


Gráfico 294 - Quais atividades gostaria de ter em conjunto com outras empresas ou entidades regionais?



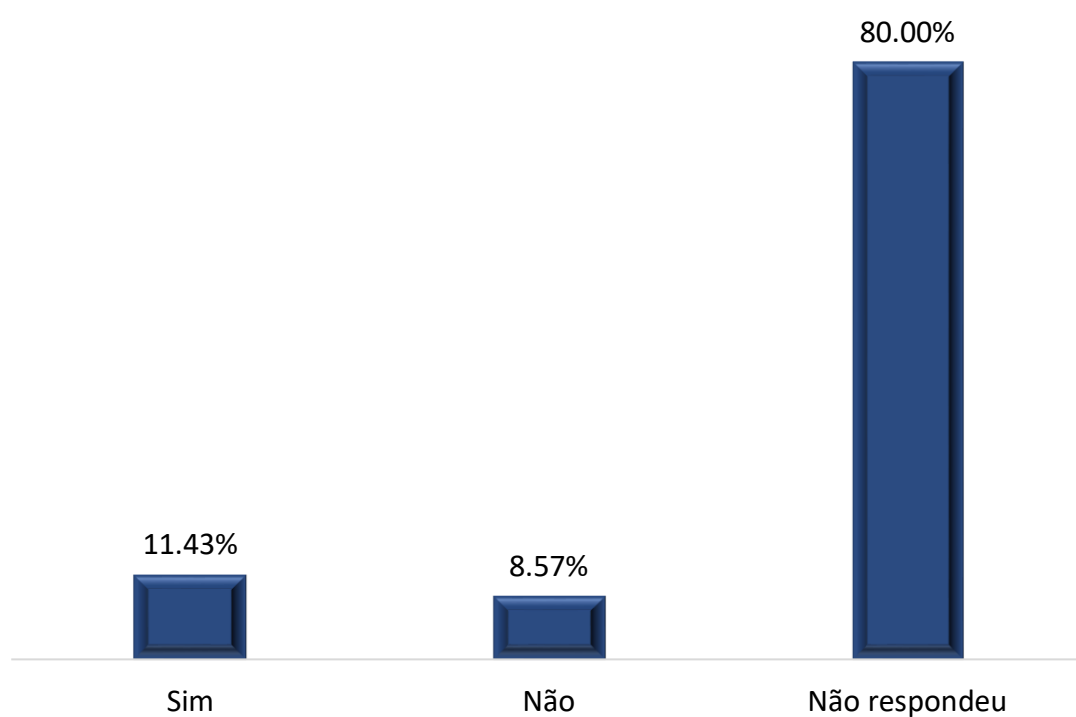
O item “outro” representa frigorífico de abate de ovinos, fazer de Tambaú um centro de produção de leite e participação em cooperativas.

Gráfico 295 - Possui interesse de participar de um projeto para o desenvolvimento do agronegócio em Tambaú?



10. Investimentos

Gráfico 296 - Pretende investir em energia solar nos próximos 05 anos?



11. Possibilidades turísticas

Gráfico 297 - Possui ou existe potencial para algum atrativo turístico na propriedade?

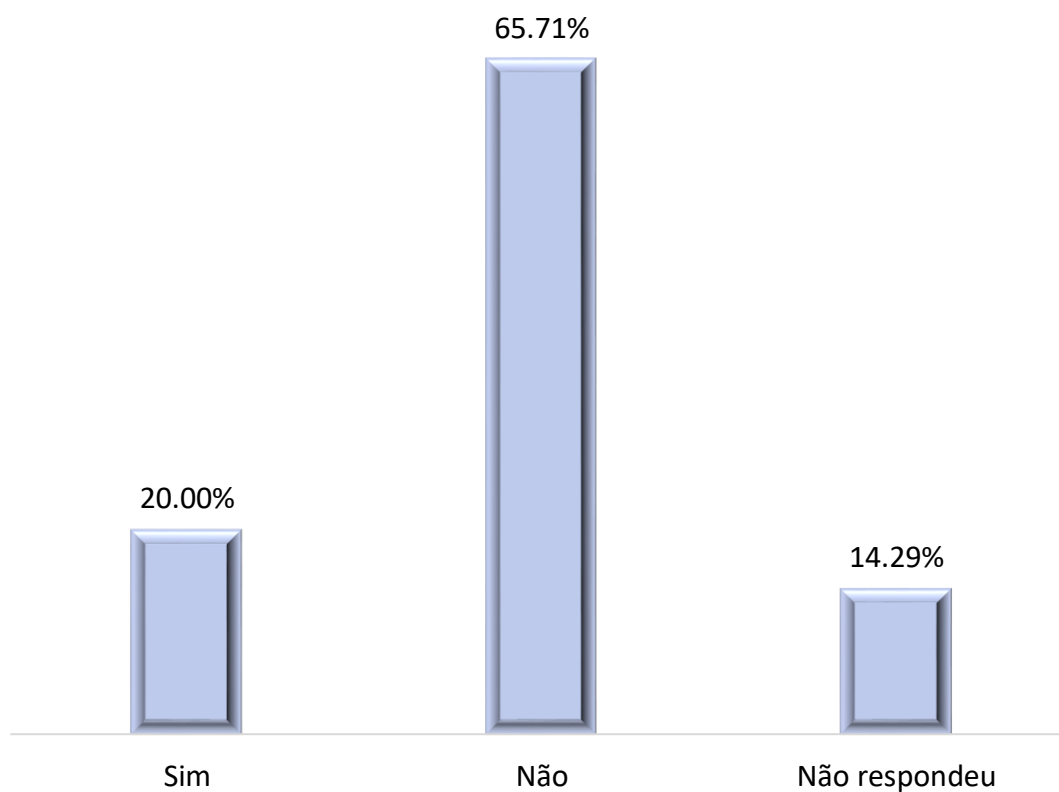


Gráfico 298 – Qual o atrativo turístico na propriedade?

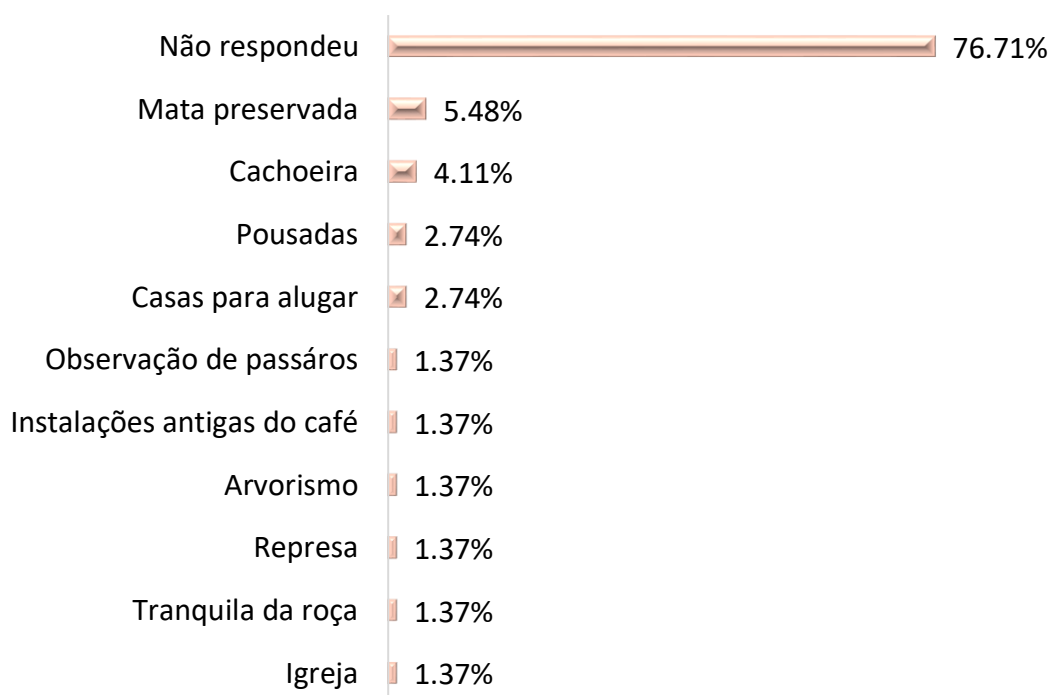


Gráfico 299 - O atrativo é explorado economicamente?

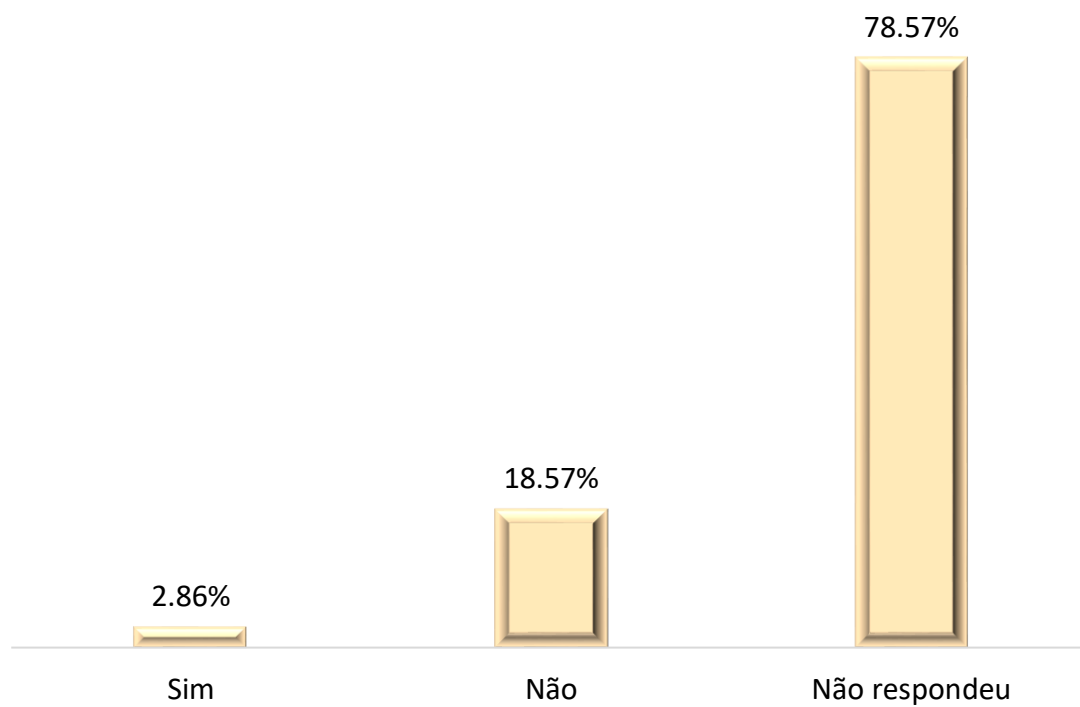
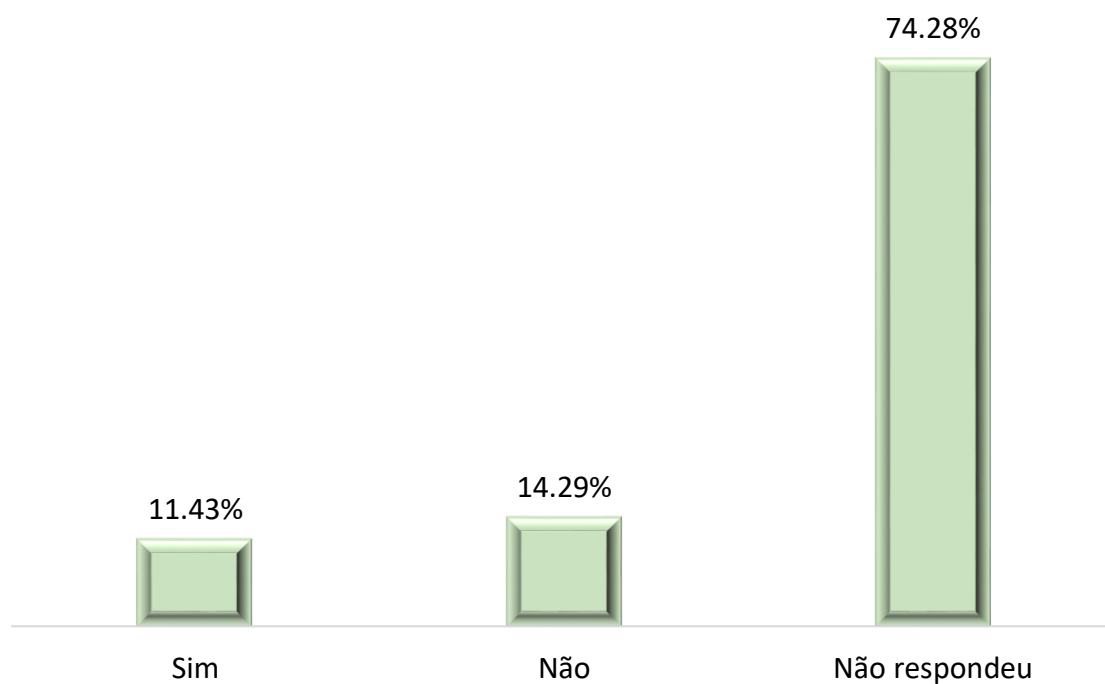


Gráfico 300 - Se "não", existe interesse em explorá-lo economicamente?



12. Considerações finais

O setor agropecuário está cada vez mais dinâmico e apresenta características que necessitam de um olhar diferenciado para que possa continuar a ser uma atividade econômica importante para a constituição e manutenção de economias e sociedades fortes.

Com a industrialização, em muitas localidades as políticas públicas voltadas ao setor agrícola foram deixadas de lado, principalmente nos municípios que apostaram que para buscar prosperidade era necessário investir exclusivamente em atração de indústrias. Porém as práticas agrícolas mais modernas necessitam de grande tecnologia, e trazem oportunidades no campo e nas cidades, sendo reconhecido que esse é um dos diferenciais econômicos da maioria dos municípios brasileiros.

A prática da agricultura atual está fundamentada em procedimentos avançados, que proporcionam uma nova característica ao meio rural. Hoje temos a tecnologia no meio rural em manejo dos solos, máquinas e colheitadeiras que realizam o trabalho de dezenas ou até centenas de trabalhadores em uma velocidade maior, maior produtividade e sustentabilidade.

Podemos dizer que os diferentes tipos de avanços coexistem no espaço rural, embora as grandes e mais desenvolvidas propriedades ocupem a maior parte do espaço. Existem sistemas agrícolas modernos ao mesmo tempo em que existem formas de cultivos tradicionais, como a agricultura orgânica, para a agricultura familiar.

O papel da mulher no agronegócio sempre foi muito importante, estando sempre ao lado do homem nas atividades da propriedade, sejam elas atividades produtivas ou domésticas. Porém em muitos casos sempre tiveram pouca participação na tomada de decisão, na comercialização e na gestão da propriedade.

Essa realidade fez com que embora muito atuante no campo a mulher tenha ficado invisível nas estatísticas que levantavam as características dos produtores rurais.

Para mudar este cenário muitas iniciativas estão buscando resgatar o protagonismo feminino no campo e tais ações tem importância crucial nos dias atuais, uma vez que o agronegócio se torna cada vez mais complexo e competitivo, o que demanda uma gestão com mais atenção aos detalhes e produtores mais capacitados e abertos a mudanças. Tais característica são mais facilmente encontradas as mulheres, ou ainda quando a gestão é compartilhada na família.

Incentivar a participação feminina no agronegócio certamente traz resultados para a propriedade e a comunidade como um todo.

Ao investigar todos esses fatores e buscar entender como essas mudanças estão chegando às propriedades do município, podemos aperfeiçoar as ações de fomento às atividades rurais, aproveitando seus potenciais e corrigindo suas fraquezas, para que possam estar preparados para se manter competitivo neste setor que tem potencial de crescimento para os próximos anos.



TURISMO

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

1. Quadro geral de respostas

A tabela 14 e gráfico 301 representam o número de respondentes e o correspondente percentual. Ressaltamos os temas “Perfil do cliente” e “Estrutura para turismo da propriedade” que tiveram a maior participação de respostas com 92,31% cada, o que pode significar a maior preocupação do setor Turismo, equipamentos e serviços turísticos neste momento. E na sequência, pode-se ver que “Estrutura para turismo da cidade” é a segunda maior preocupação, juntamente com “Pontos turísticos”, depois aparecem “Divulgação” e “Mão-de-obra”. “Perfil dos respondentes” não está sendo considerado aqui como uma preocupação dos moradores, uma vez que está ligado às características desta amostra. Foram obtidas 13 respostas válidas. Não houve resposta desconsiderada. Inclui-se nesse relatório a pesquisa realizada com os motoristas de “romarias” a cidade de Tambaú, como complemento as informações ao setor de Turismo. O tipo de amostra utilizada para as respostas obtidas foi por acessibilidade ou por conveniência.

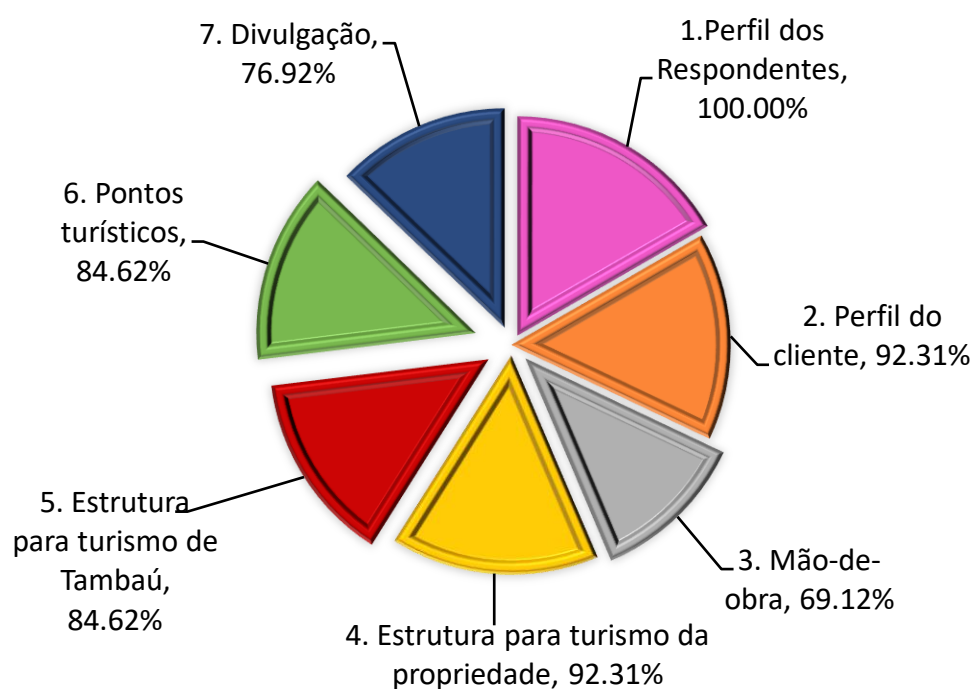
Esta técnica consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível e completamente conhecida. Ou seja, os indivíduos empregados nessa pesquisa são selecionados porque eles estão prontamente disponíveis e conhecidos.

Seleciona-se assim os elementos que responderam à pesquisa e admite-se que estes possam representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão, uma vez que no estudo já se conhece a população e a amostra estratificada. (GIL, 2008, p. 94).

Tabela 14 – Percentual de participantes dos temas

Temas	No. de Municípios que participaram	Porcentagem de municípios que participaram
1. Perfil dos Respondentes	13	100,00%
2. Perfil do cliente	12	92,31%
3. Mão-de-obra	9	69,12%
4. Estrutura para turismo da propriedade	12	92,31%
5. Estrutura para turismo da cidade	11	84,62%
6. Pontos turísticos	11	84,62%
7. Divulgação	10	76,92%

Gráfico 301 – Percentual de participantes dos temas



2. Perfil dos respondentes

Gráfico 302 - Identifique seu estabelecimento:

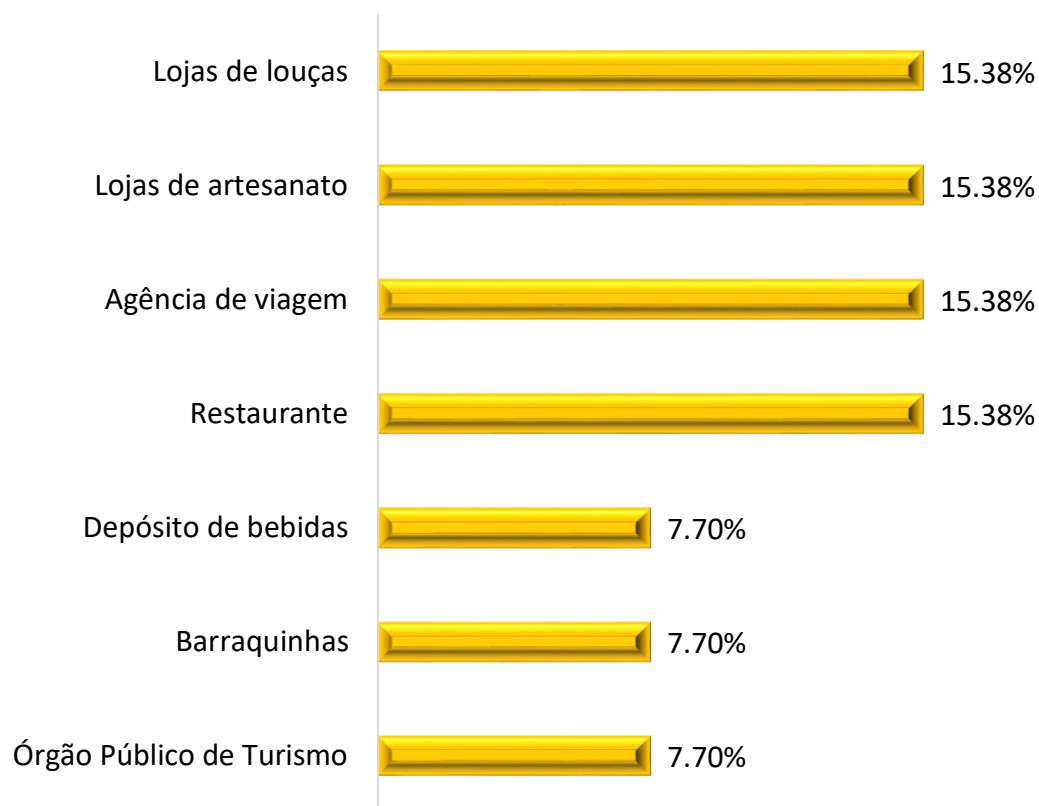


Gráfico 303 - Há quanto tempo está nessa atividade?

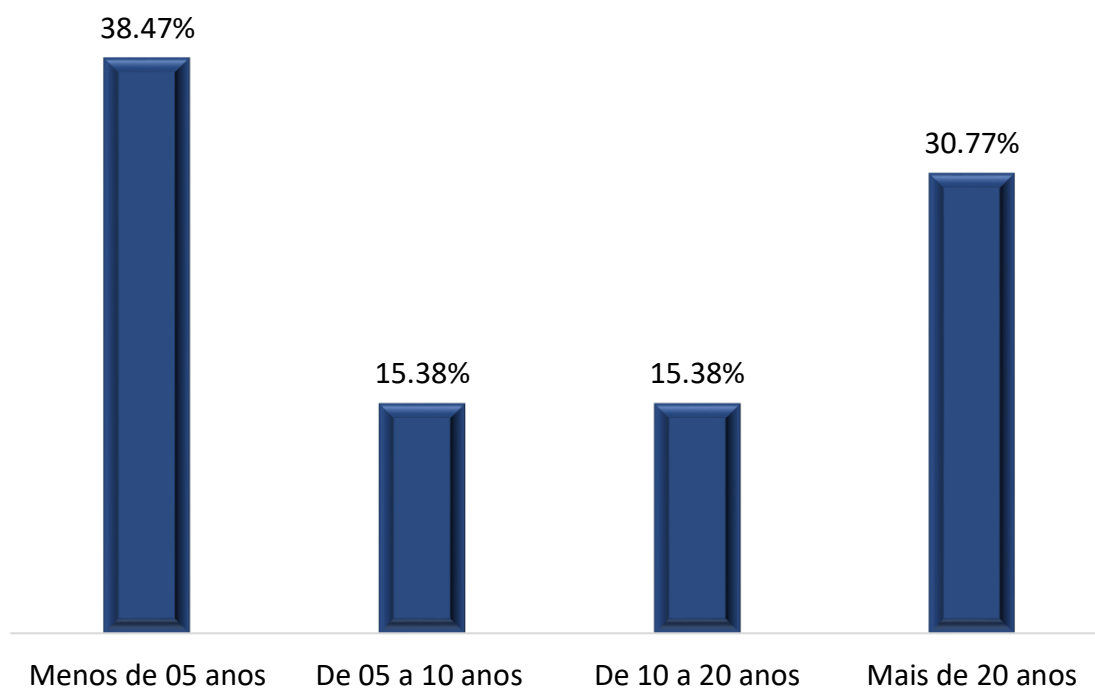
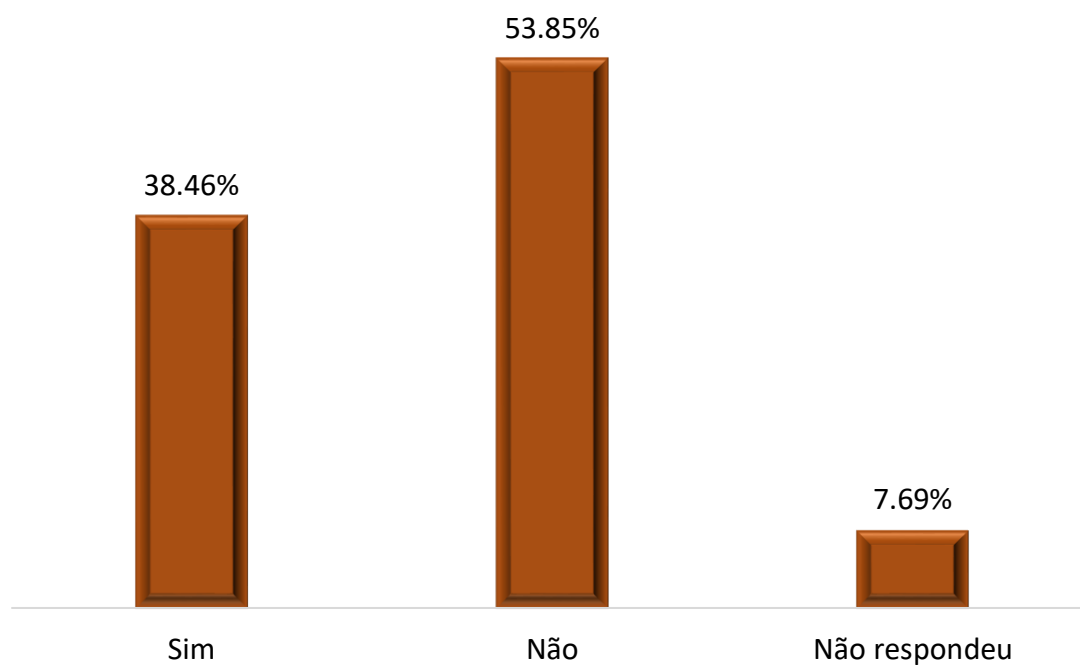


Gráfico 304 - Você fez algum curso para entender melhor seu ramo de atividade?



3. Perfil dos clientes

Gráfico 305 - Seu estabelecimento recebe pessoas de outras cidades?

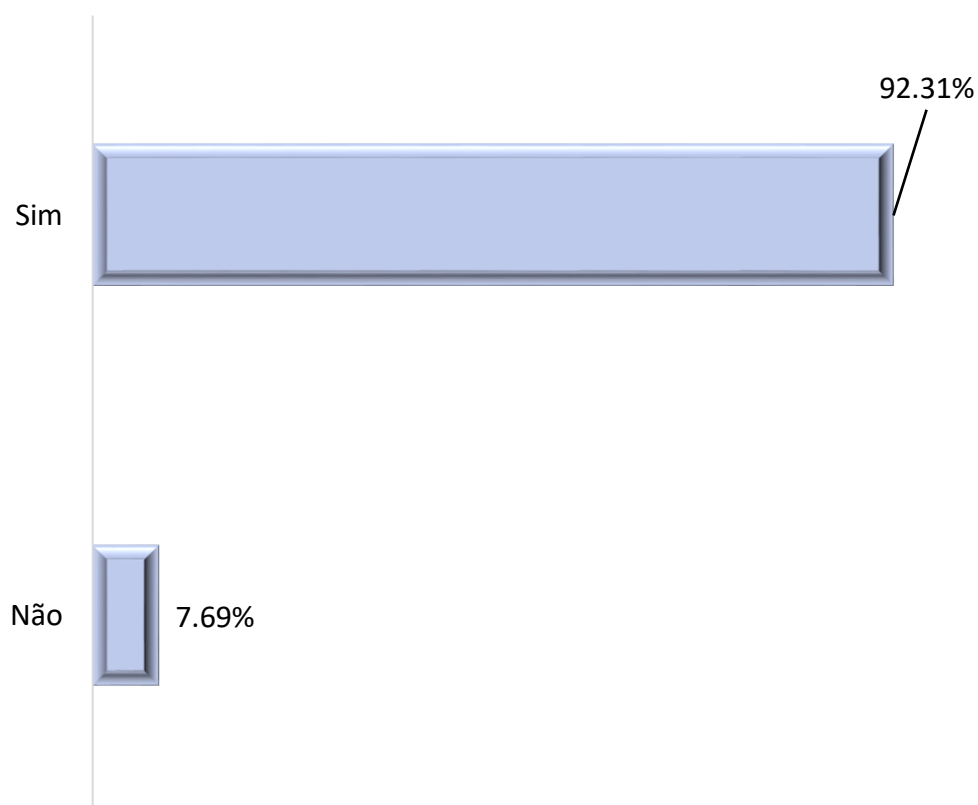
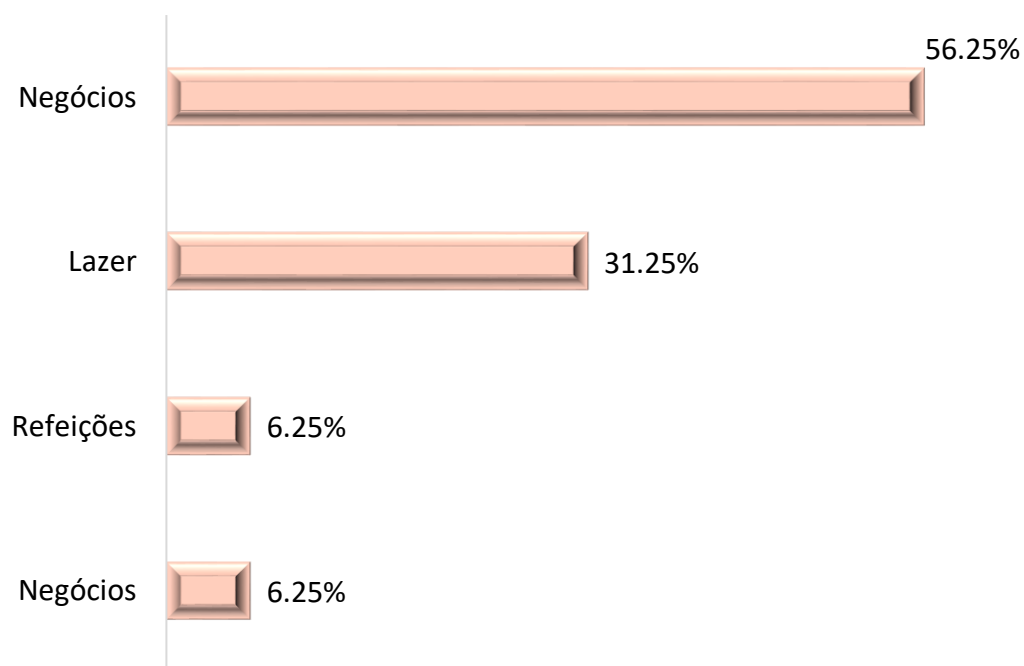


Gráfico 306 - Se recebe pessoas de outras cidades, o motivo é:



4.Mão-de-obra

Gráfico 307 - Os seus funcionários são treinados para um melhor atendimento aos clientes?

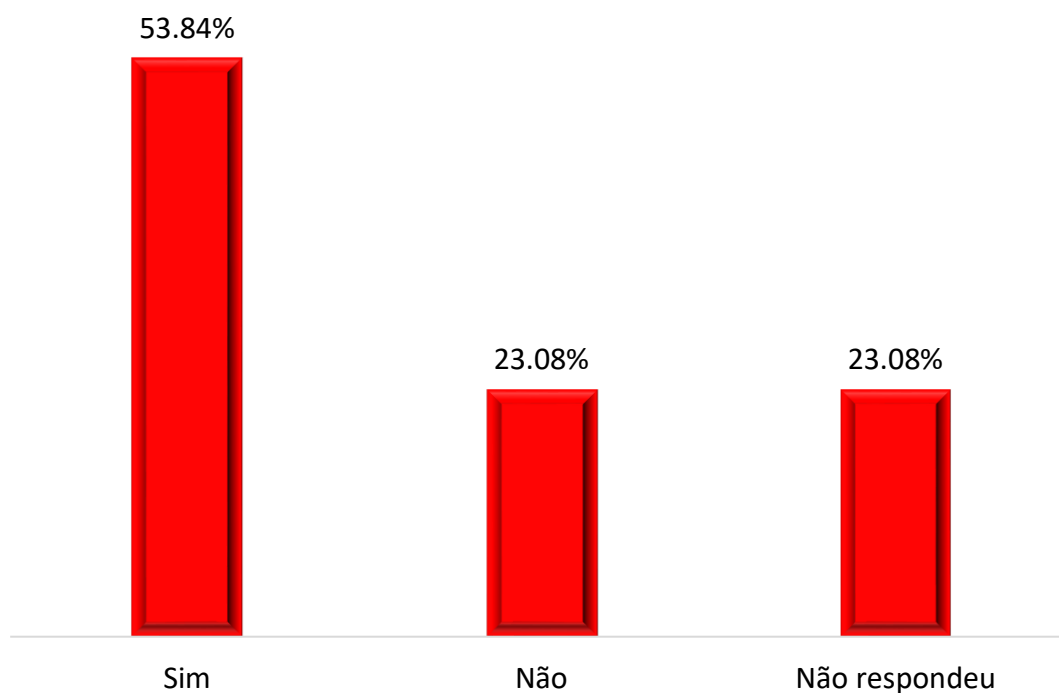


Gráfico 308 - Se seus funcionários não são treinados para um melhor atendimento aos clientes, qual é o motivo?

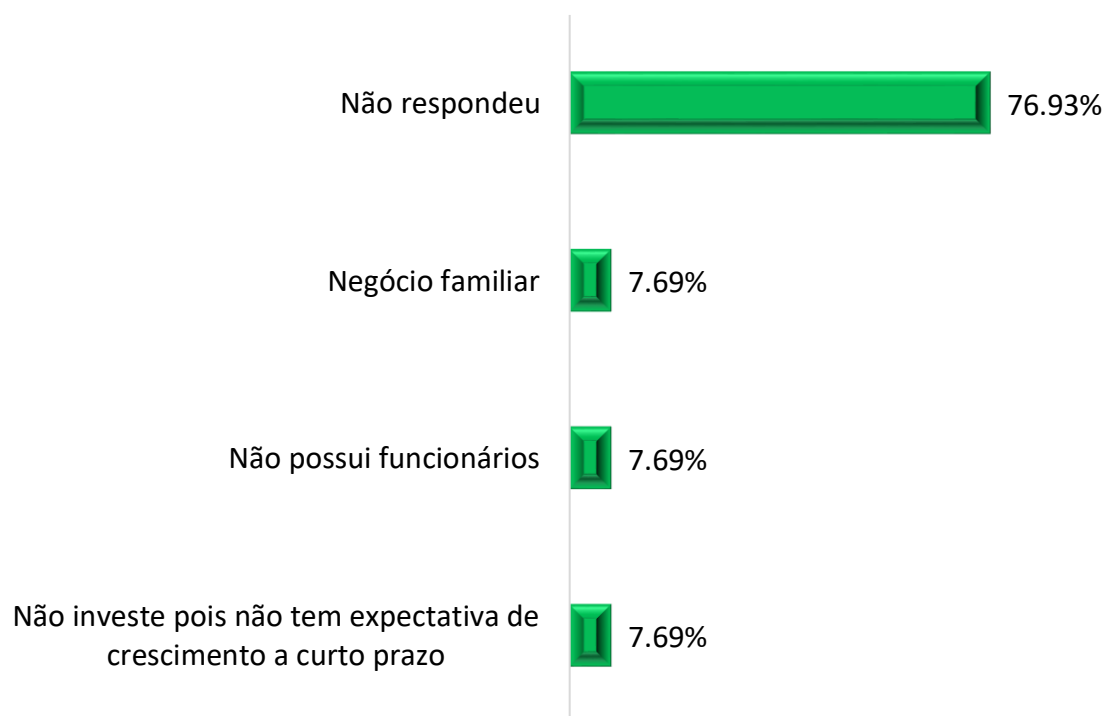
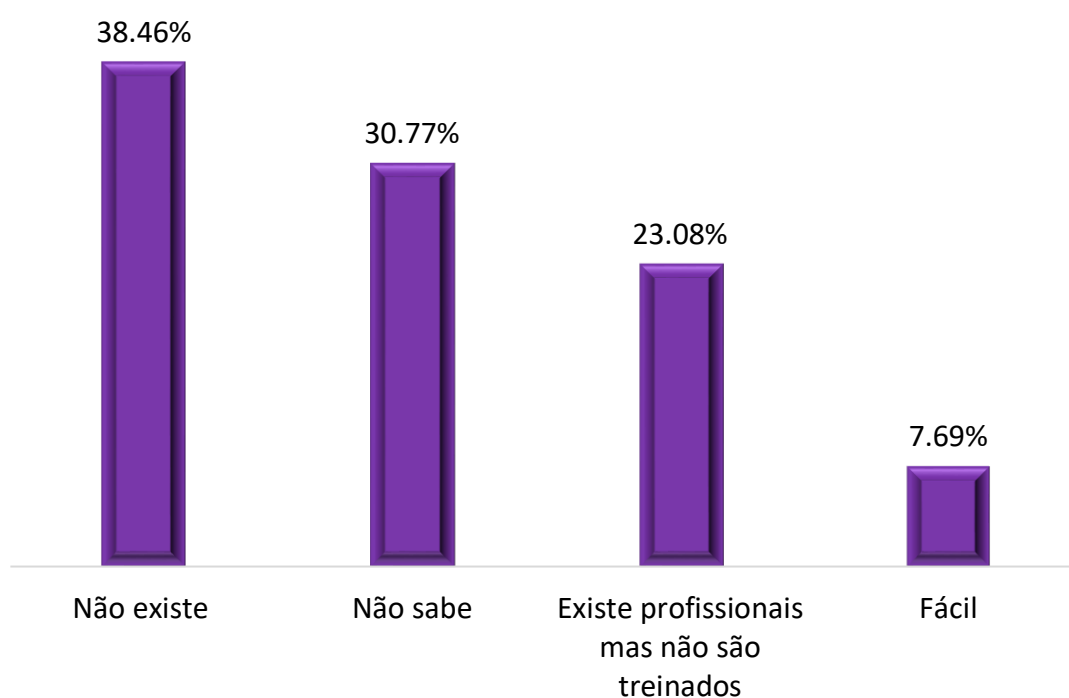
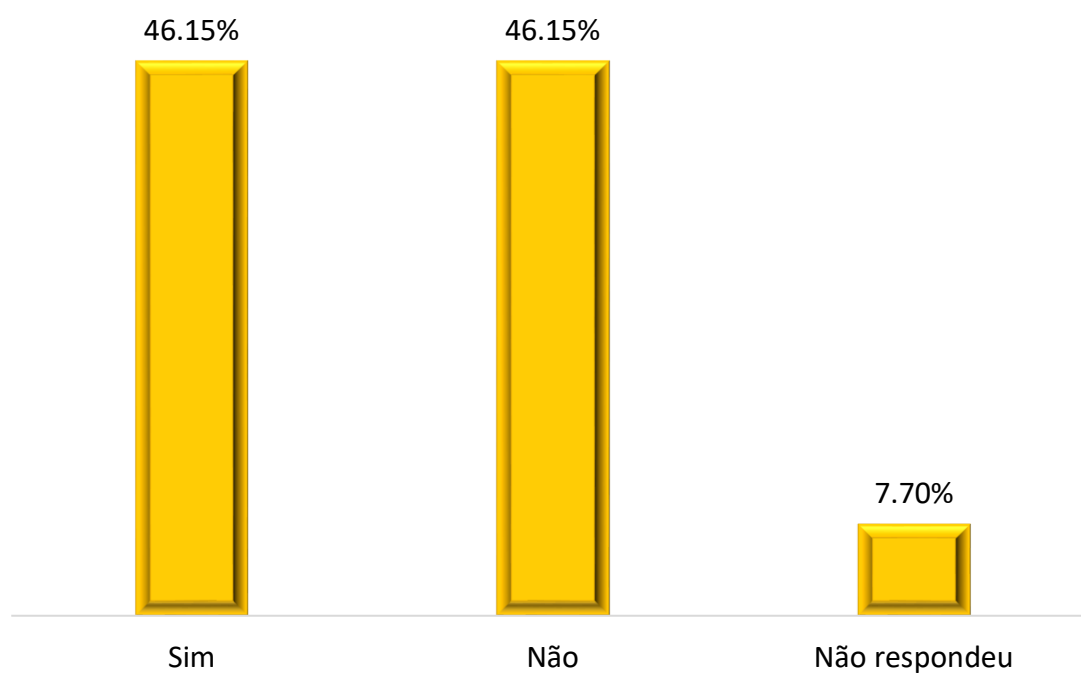


Gráfico 309 - Como é a oferta de profissionais para o setor de turismo em Tambaú?



5.a Estrutura para turismo da propriedade

Gráfico 310 - Seu estabelecimento possui acessibilidade?



5.b Estrutura para turismo de Tambaú

Gráfico 311 – O (a) senhor (a) conhece os pontos turísticos de Tambaú?

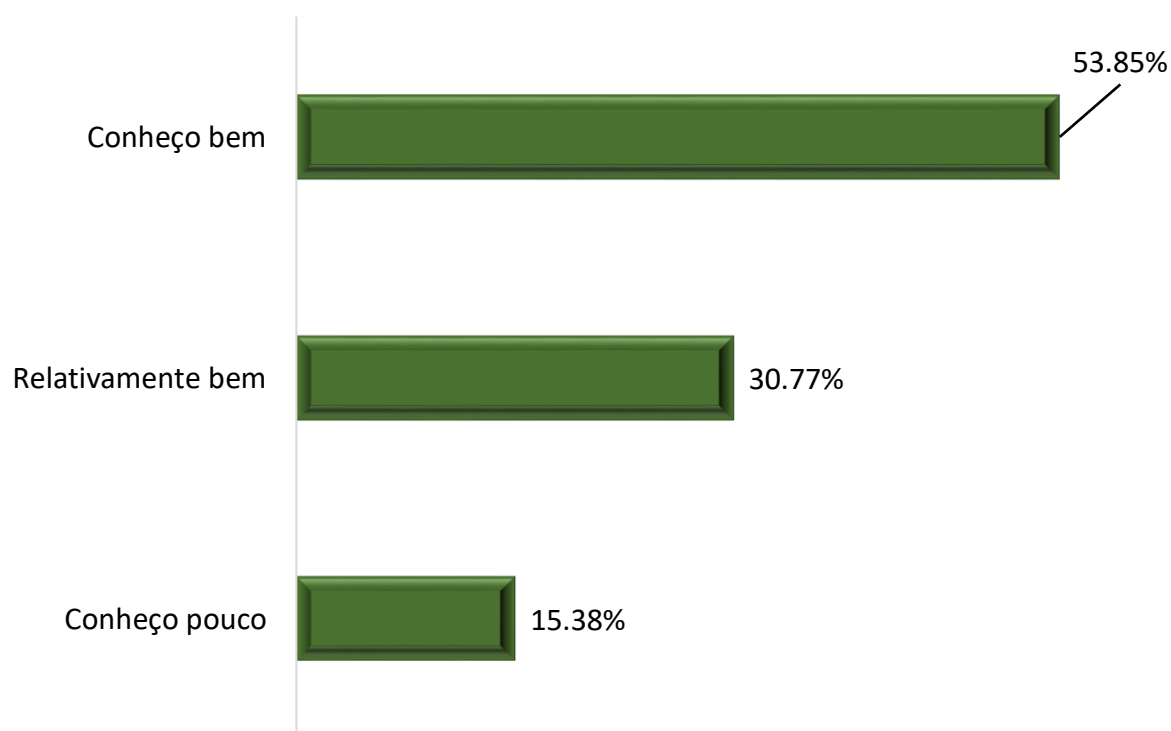


Tabela 15 – Quais os pontos turísticos de Tambaú, que têm apelo e força suficiente para atrair turistas?

Atribua notas de 1 a 5, sendo o número um para os que têm menor apelo e força para atrair turistas e até cinco para os que possuem maior apelo.

	-					+
	1	2	3	4	5	
Museu Padre Donizetti	0	0	9,53%	0	23,81%	
Santuário	0	0	4,76%	9,53%	19,05%	
Cemitério (mausoléu)	0	0	0	0	4,76%	
Igreja São José	4,76%	4,76%	4,76%	0	0	
Cerâmicas Artísticas	0	4,76%	0	0	0	
Estátua do Padre Donizetti	0	4,76%	0	0	0	
Celtra-Centro de lazer trabalhador	4,76%	0	0	0	0	

****Não respondeu 12,50%**

Gráfico 312 – Dos eventos e programação de Tambaú, como avalia o seu grau de interesse e participação?



Tabela 16 – Aponte os atrativos turísticos de Tambaú que acha serem os mais importantes para contribuir para o desenvolvimento do turismo nesta cidade.

Atribua **notas de 1 a 5** para indicar um ranking de importância de cada um, sendo a **nota 1 para o mais importante e até 5 para os menos importantes.**

	+				-
	1	2	3	4	5
Santuário	15,38%	0	0	3,85%	3,85%
Casa do Padre Donizetti	7,68%	0	3,85%	0	3,85%
Cemitério	3,85%	0	3,85%	0	3,85%
Matriz Santo Antônio	0	0	0	0	7,68%
Cerâmica Artística	0	3,85%	0	3,85%	0
Igreja São José	0	3,85%	0	0	0
Terminal Turístico	0	3,85%	0	0	0

****Não há pontos turísticos 7,68%**

****Não respondeu 19,23%**

6. Pontos turísticos

Tabela 17 – Dos pontos turísticos ou atrativos turísticos de Tambaú, poderia citar os nomes deles e apontar quais acha interessantes e o quanto acha interessantes?

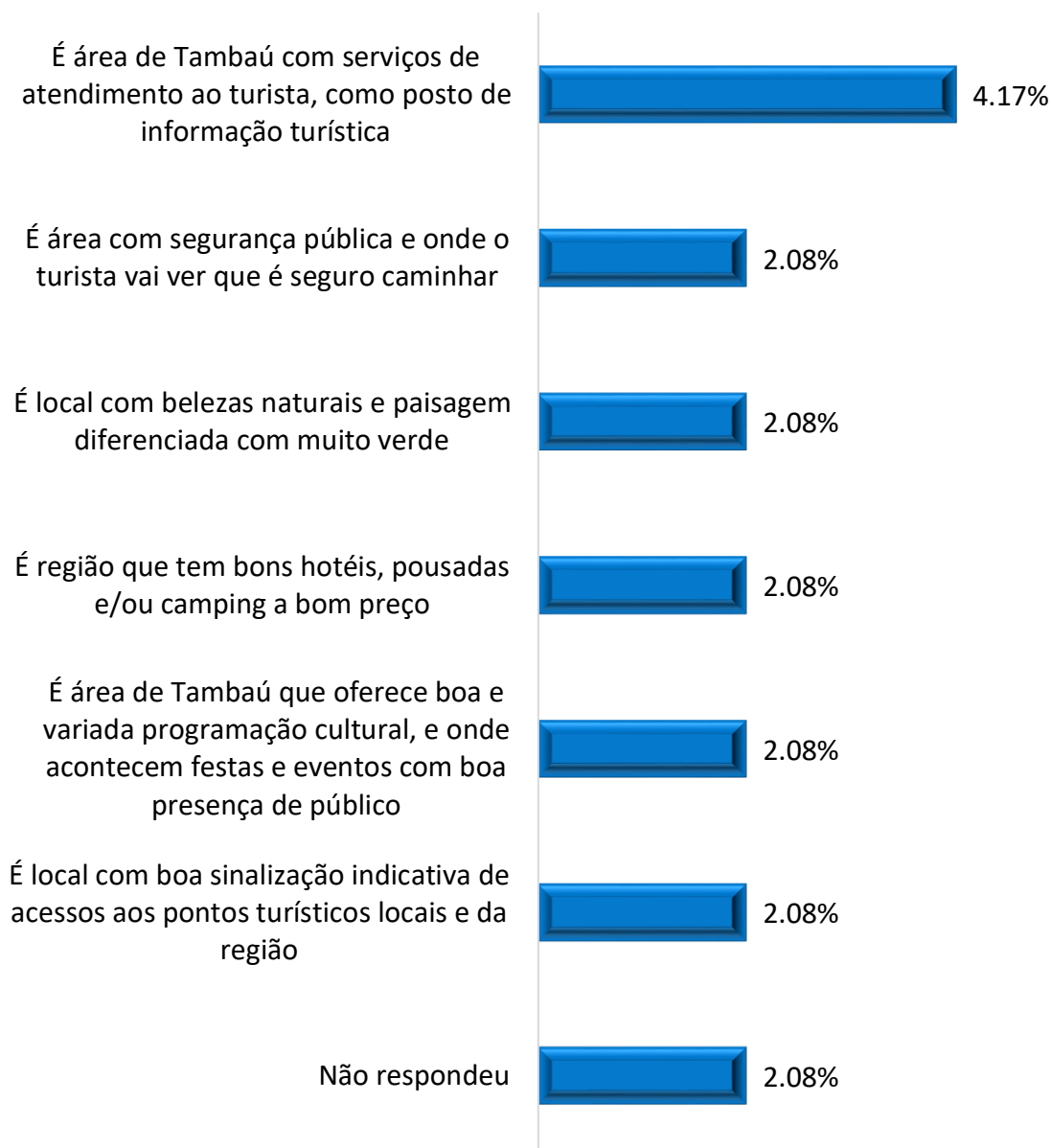
	-				+
	1	2	3	4	5
Santuário	0	0	5,55%	5,55%	16,67%
Museu do Padre Donizetti	0	0	2,78%	0	8,33%
Matriz Santo Antônio	0	0	8,33%	0	2,78%
Cemitério	2,78%	0	2,78%	11,11%	5,55%
Igreja São José	0	0	5,55%	0	0
Cerâmicas Artísticas	0	2,78%	2,78%	0	0
Celtra – Centro de lazer trabalhador	2,78%	2,78%	0	0	0
Biblioteca municipal	0	0	2,78%	0	0
Prefeitura municipal	0	0	2,78%	0	0
Estátua do Padre Donizetti	0	2,78%	0	0	0

****Nenhum ponto turístico é interessante 2,78%**

Gráfico **313 A** - Dos pontos turísticos e/ou atrativos turísticos que disse conhecer e achar interessante, indique os motivos, apresentados abaixo, para ter atribuído as notas dadas quanto a atratividade para o turista.

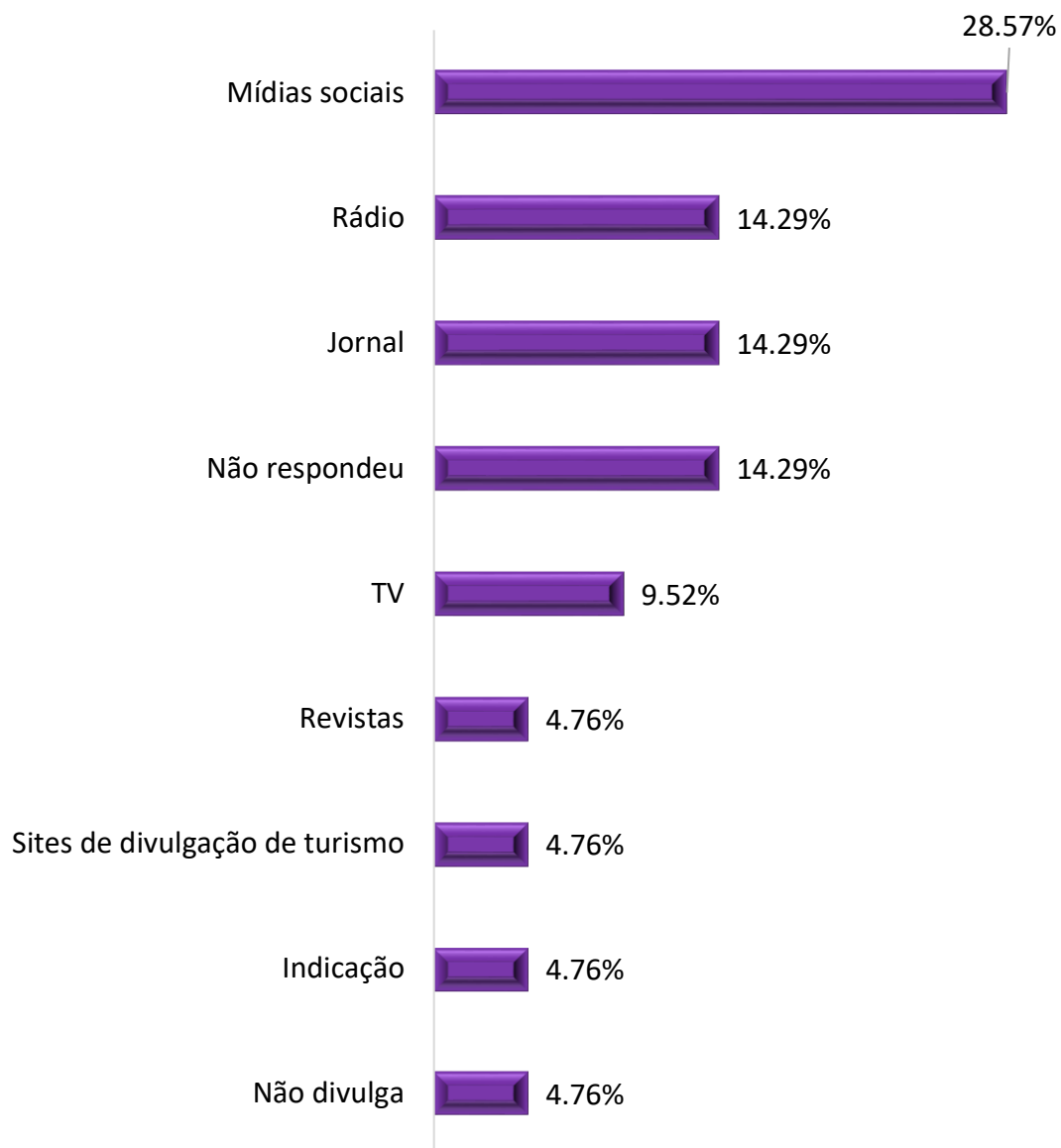


Gráfico 313 B - Dos pontos turísticos e/ou atrativos turísticos que disse e achar interessante, indique os motivos, apresentados abaixo, para ter atribuído as notas dadas quanto a atratividade para o turista.



7.Divulgação

Gráfico 314 - Como você divulga seu estabelecimento?



Questionário respondido pelos motoristas de romarias.

8. Estrutura de organização da romaria

Gráfico 315 - Há quanto tempo trabalha na profissão de motorista?

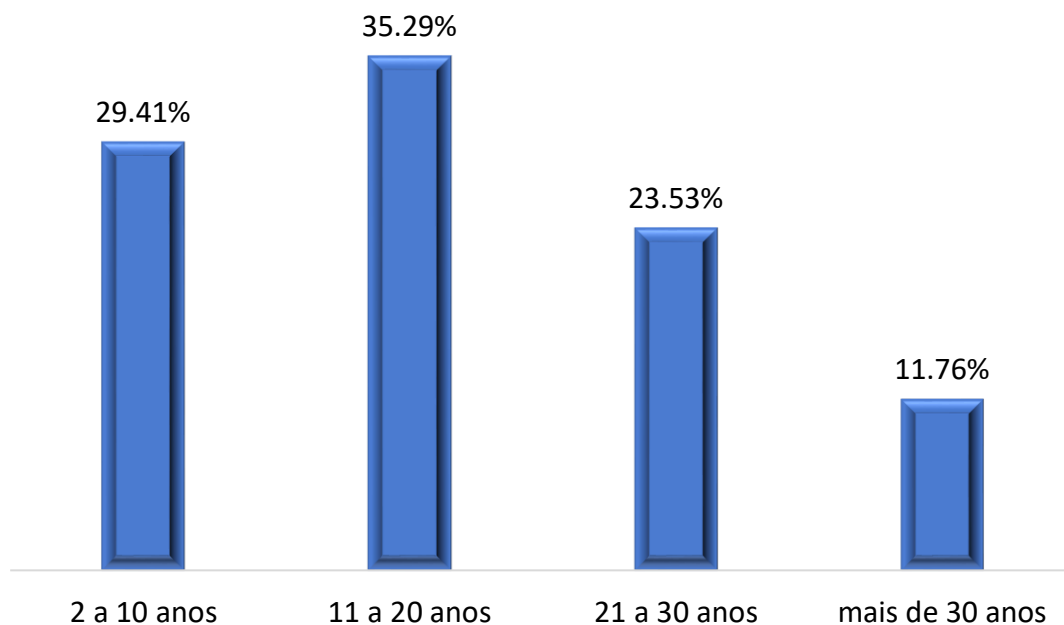


Gráfico 316 - Quantas vezes no ano vem a Tambaú?

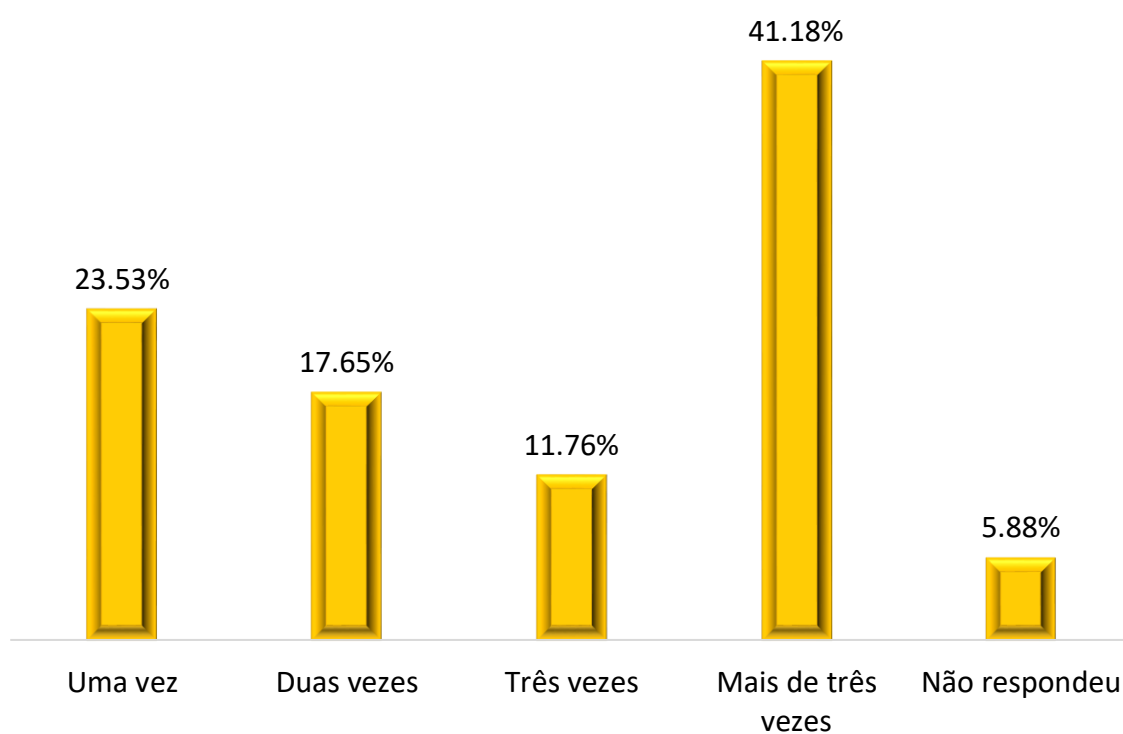
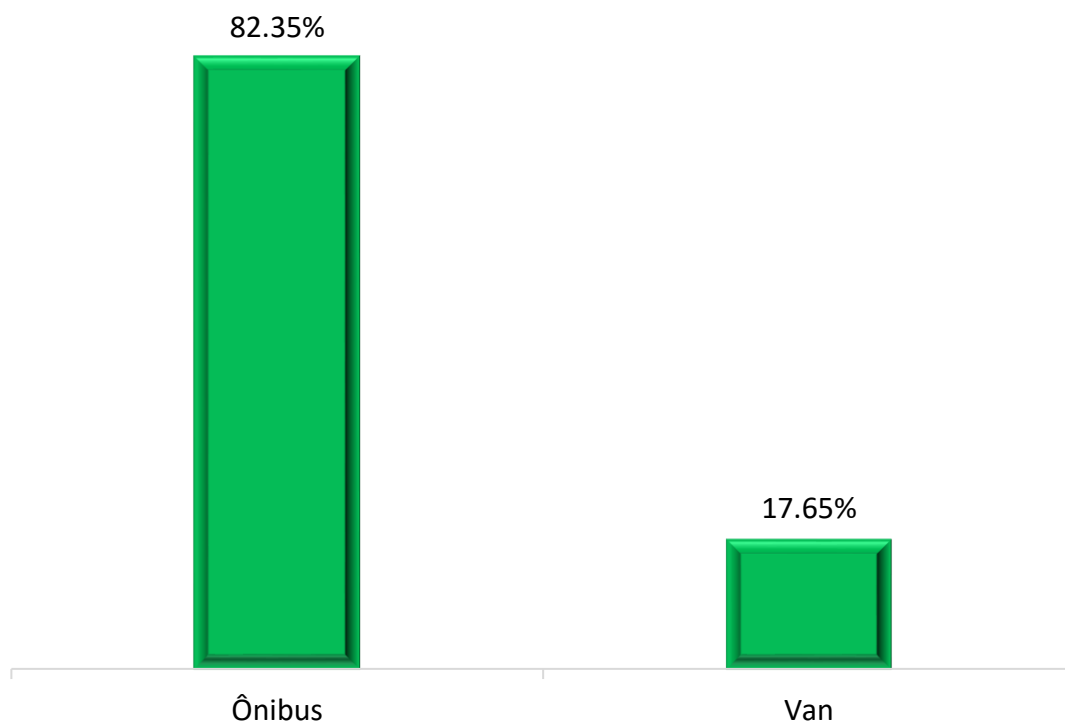


Gráfico 317 – Tipo de veículo que dirige:



9. Espera pelos romeiros

Gráfico 318 – Como determina o tempo de permanência na cidade?

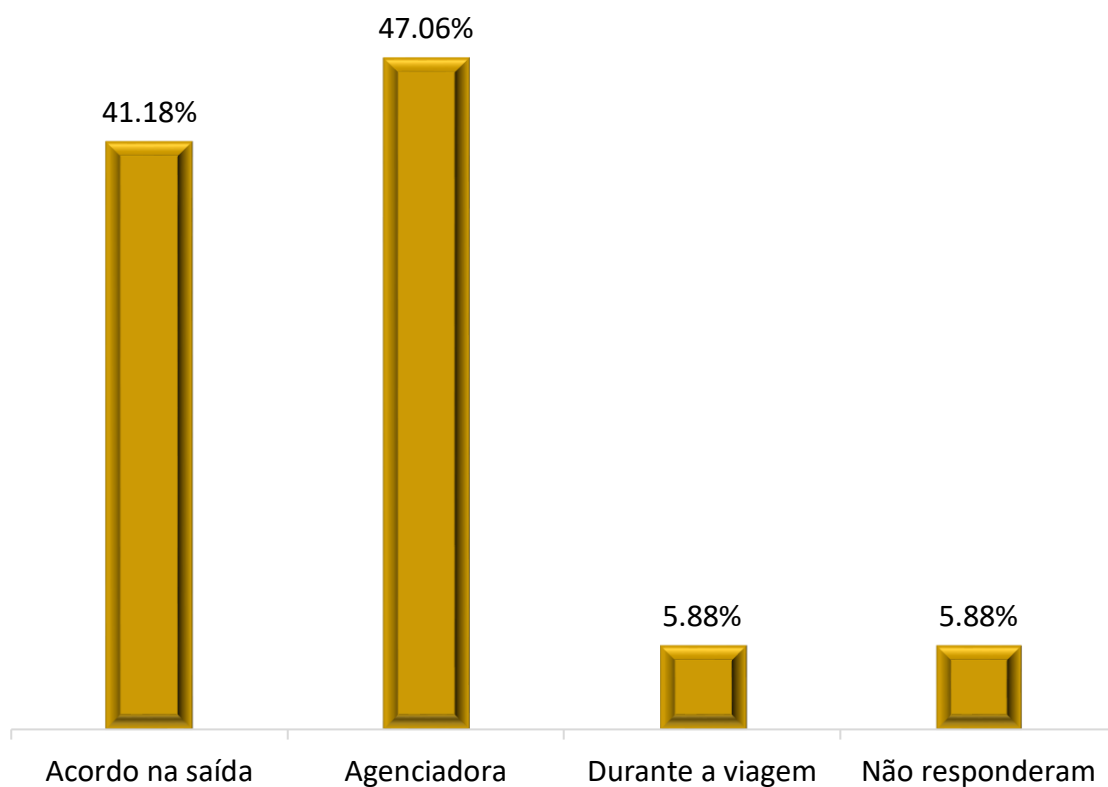
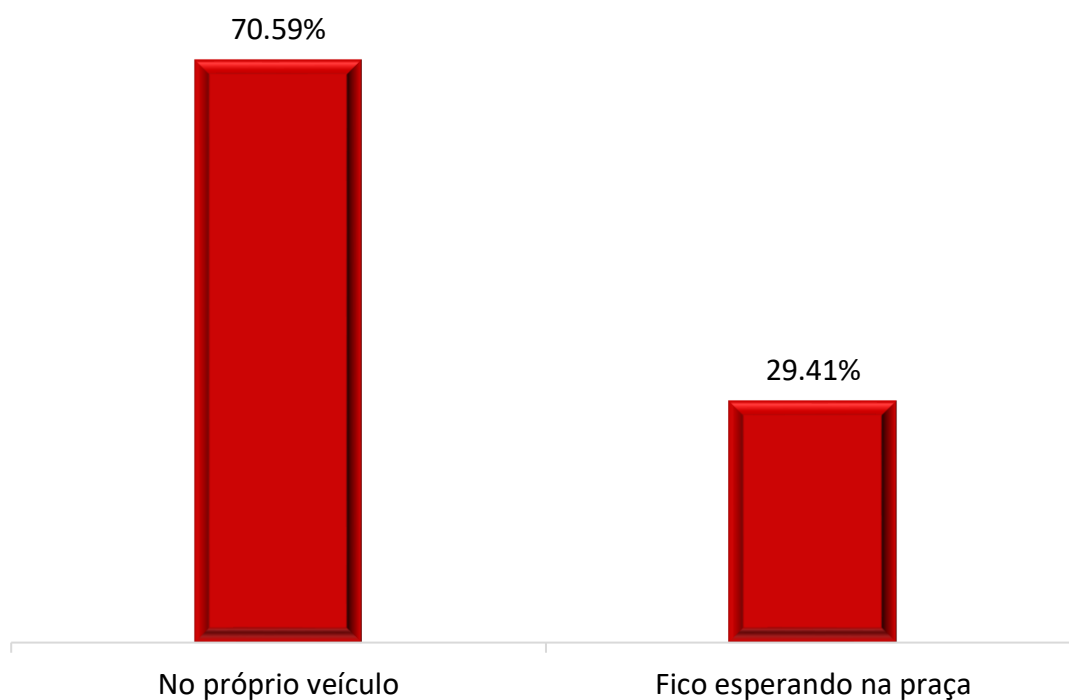


Gráfico 319 – Qual o local em que aguarda o romeiro?



10. Alimentação

Gráfico 320 – Como se alimenta em Tambaú?

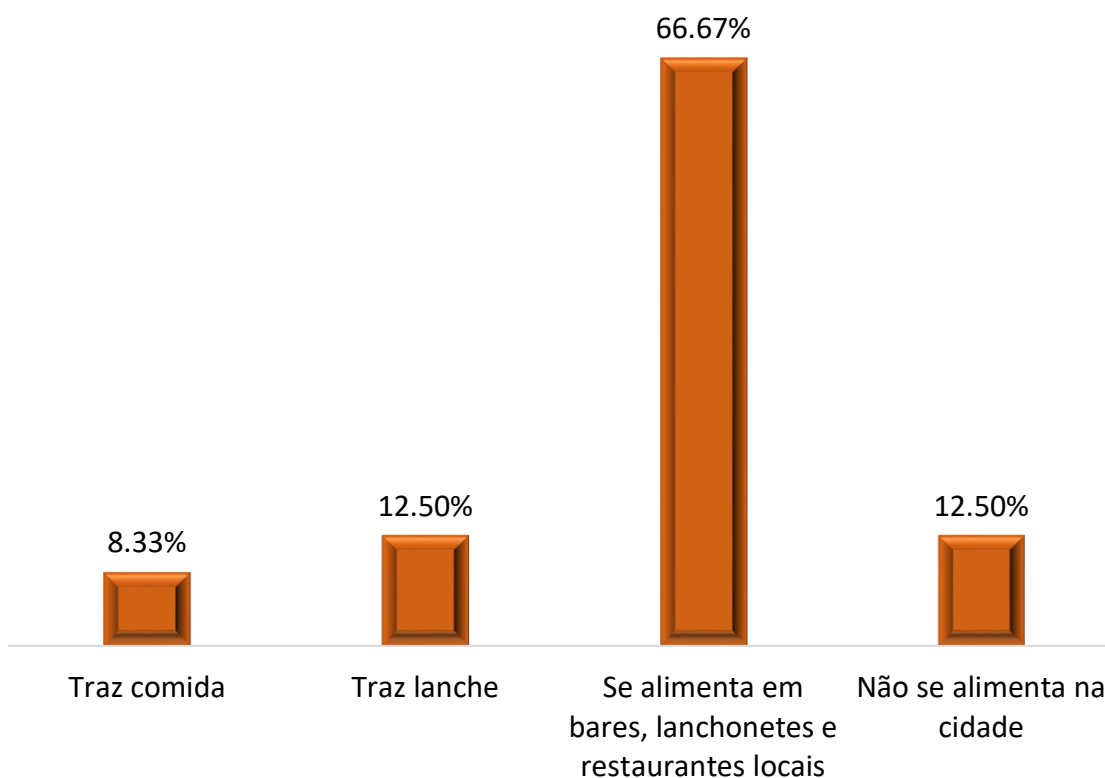


Gráfico 321 – Se não se alimenta em Tambaú, onde se alimenta?

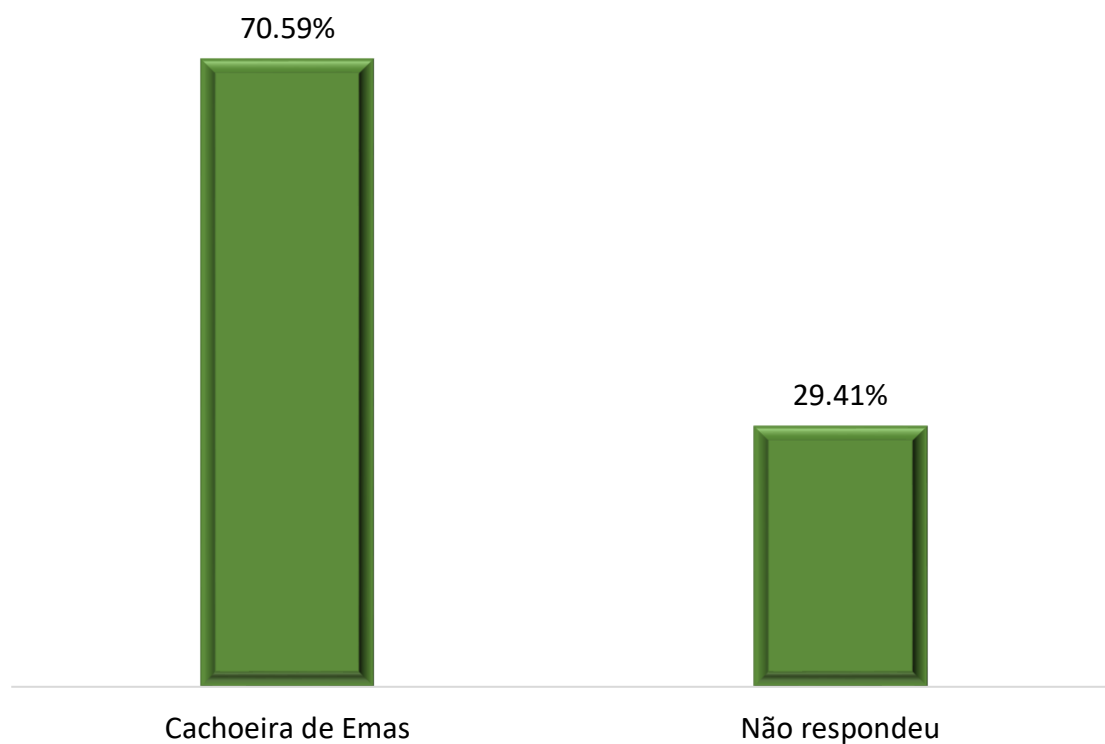
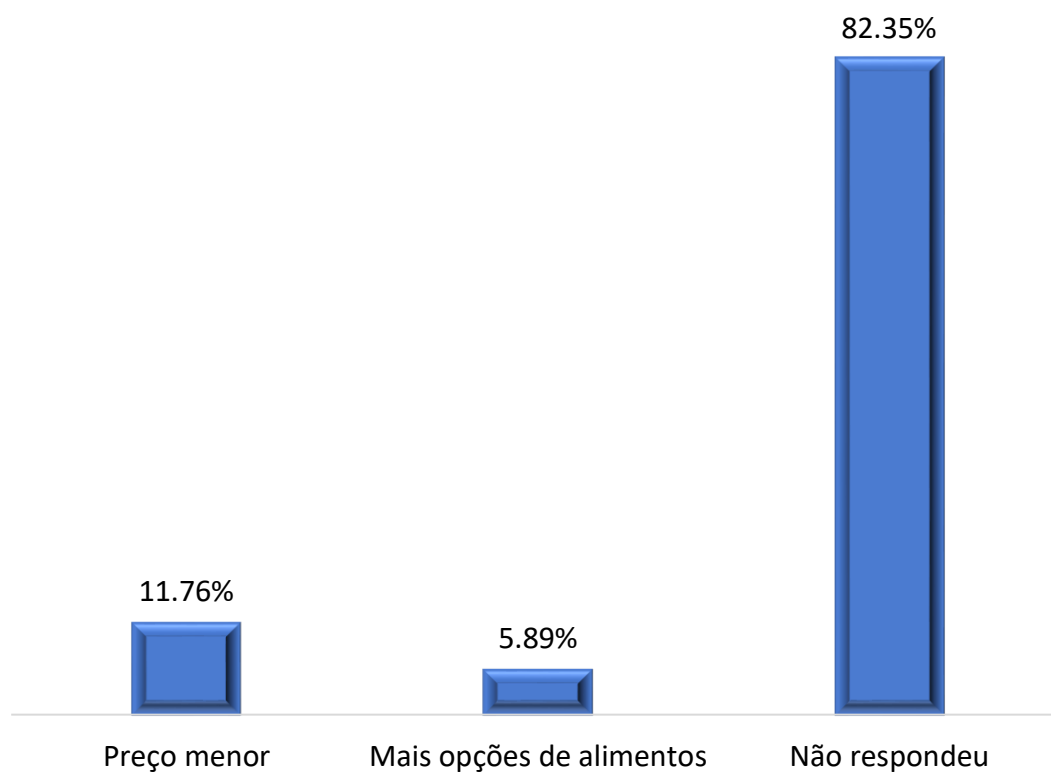


Gráfico 322 - Por qual motivo se alimenta no local da resposta anterior?



11. Estacionamento e sinalização

Gráfico 323 - Tem dificuldade em estacionar em Tambaú?

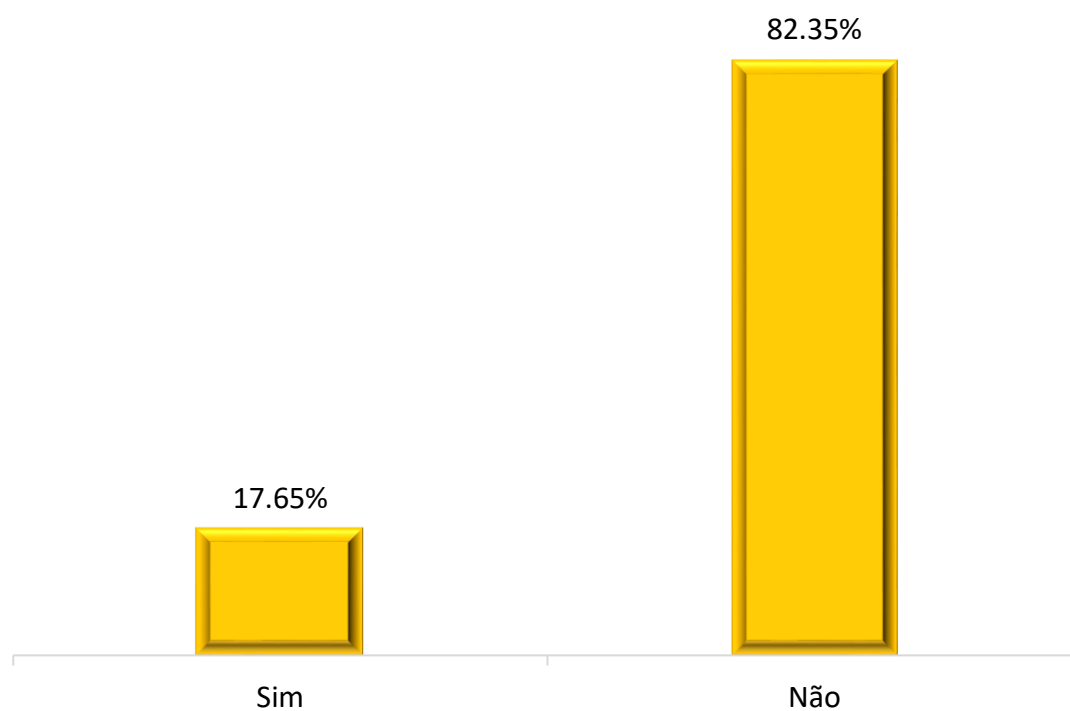


Gráfico 324 - Nota de satisfação com o local de estacionamento em Tambaú.

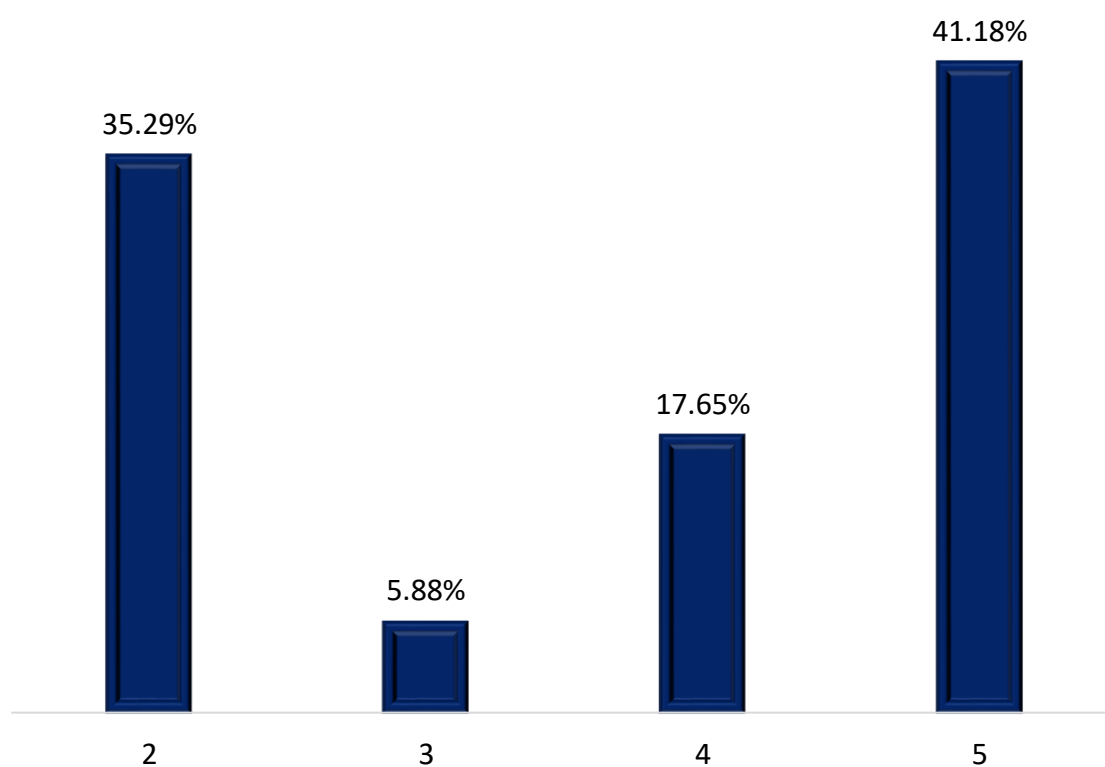


Gráfico 325 - Justificativa da nota dada pelo local de estacionamento.

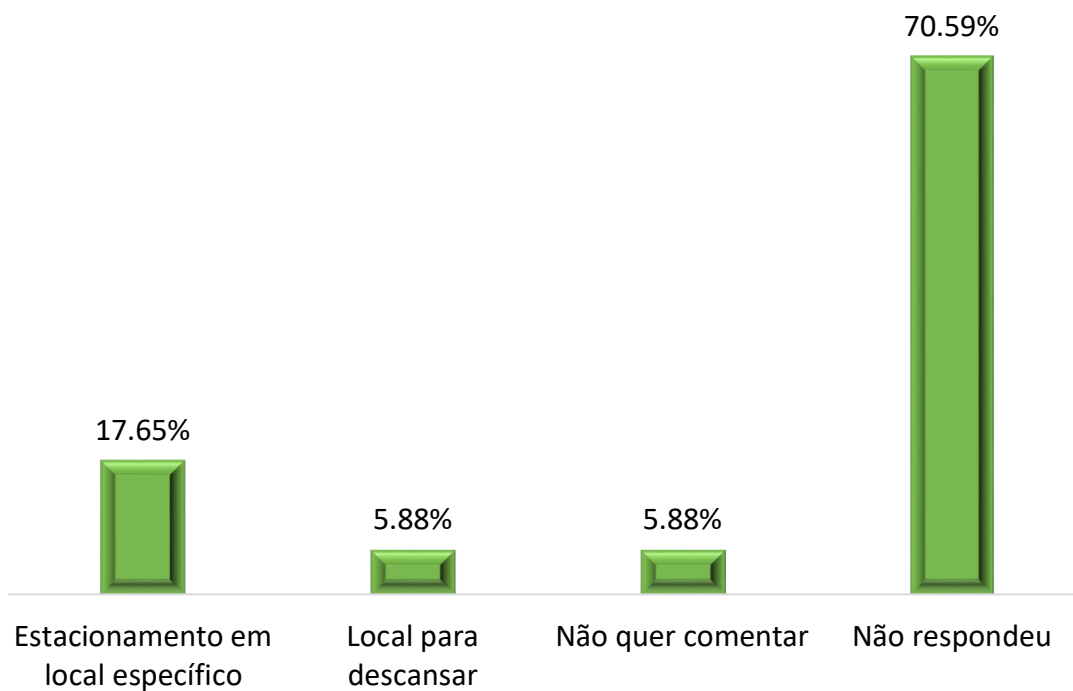


Gráfico 326 - Qual a dificuldade encontrada para estacionar?

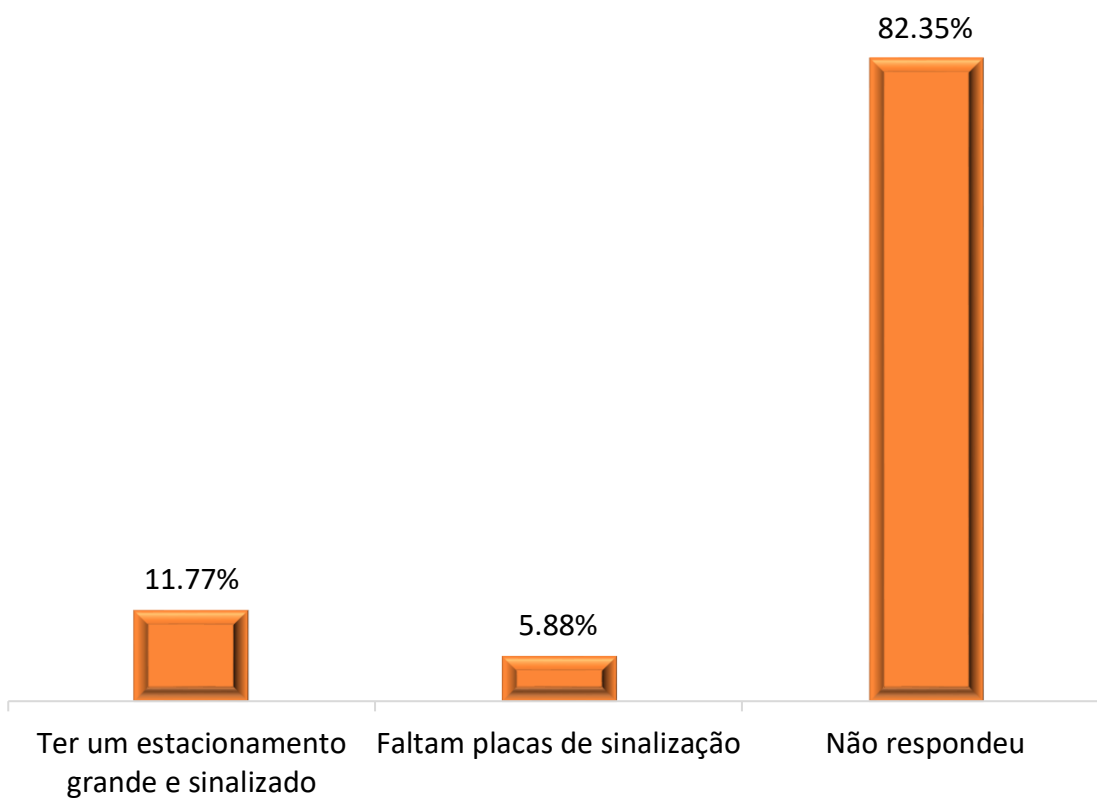


Gráfico 327 – Qual seu nível de satisfação com a sinalização?

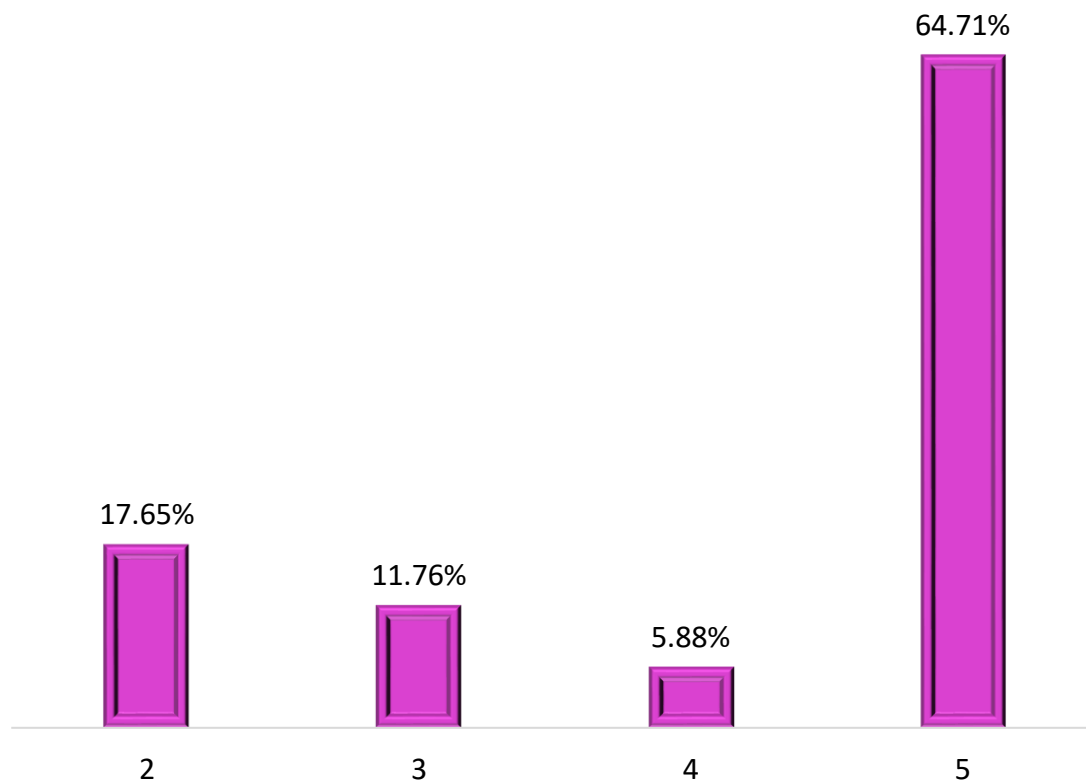
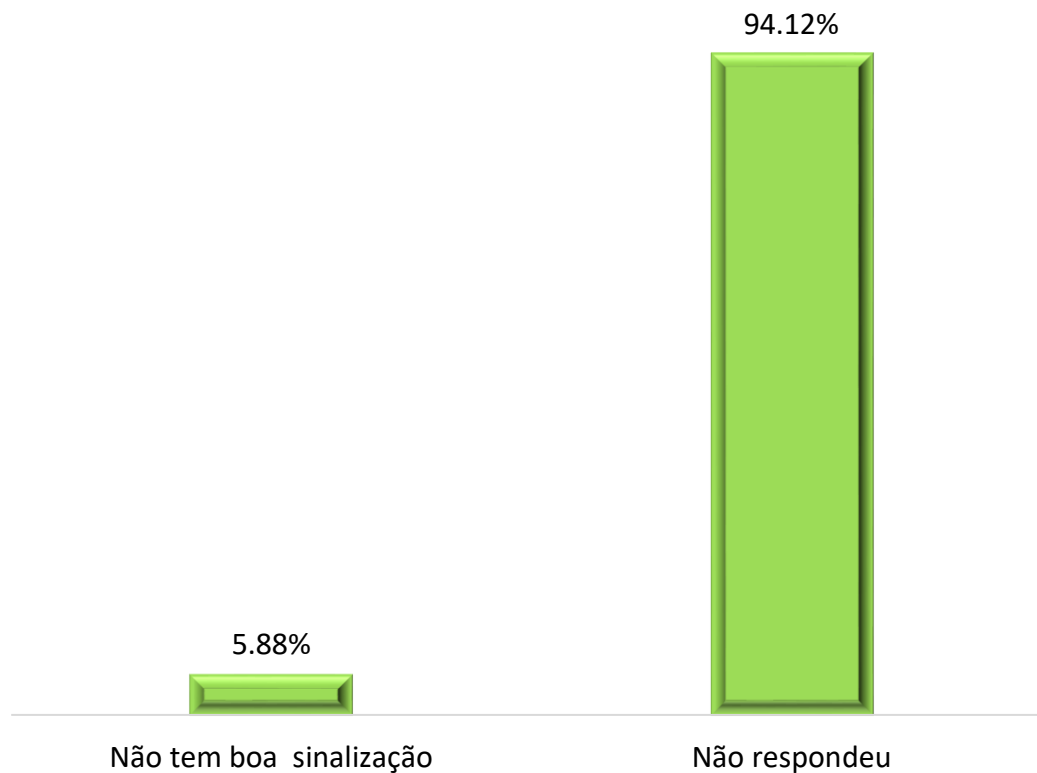


Gráfico 328 - Justifique a nota dada na questão anterior.



12.Satisfação com a cidade

Gráfico 329 - Como você se sente tratado em Tambaú?

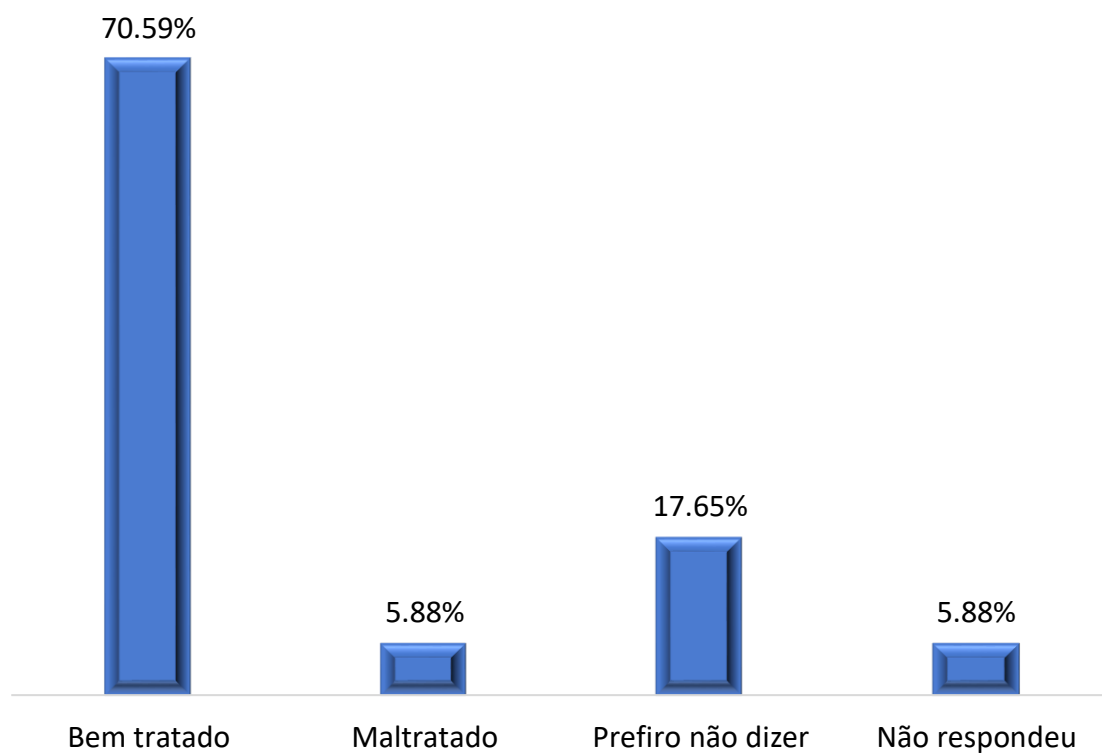
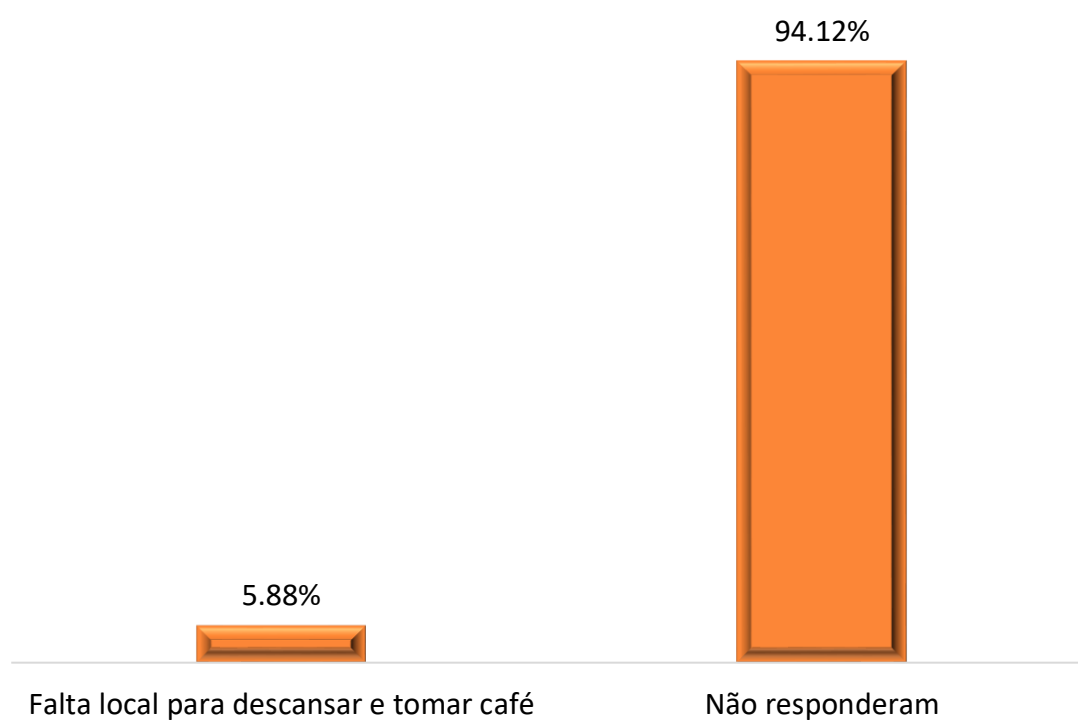
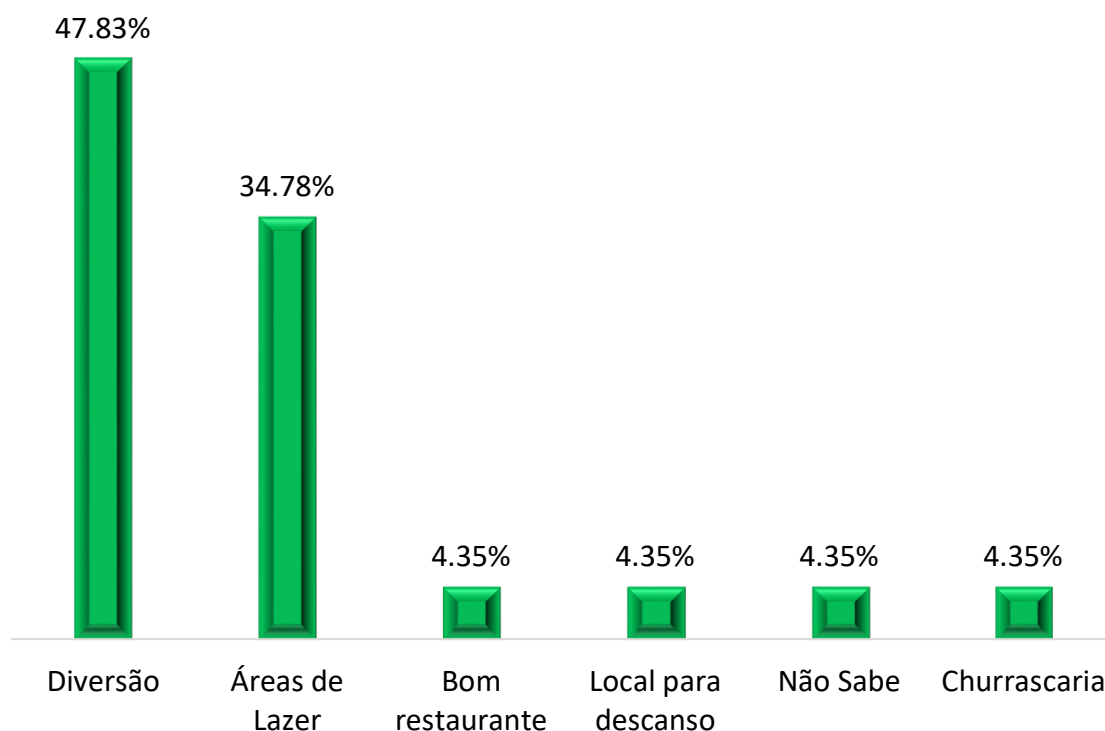


Gráfico 330 – Quais são as razões para se sentir maltratado em Tambaú?



13. Melhorias

Gráfico 331 - Para você, o que falta em Tambaú?



14. Considerações finais

O turismo tem sua importância aumentada em todo mundo tendo em vista seu papel extremamente importante no desenvolvimento econômico social e na geração de empregos e renda.

O turismo existe efetivamente como uma atividade econômica, a partir da demanda existente, isto é, quando existe o resultado do consumo dos visitantes trazendo benefícios para a região.

Considerada como uma das principais atividades econômicas o turismo possibilita promover o desenvolvimento em uma região, sendo que a ênfase ao turismo quando empregado como fator de desenvolvimento, está contida em todas as ações realizadas pelos administradores públicos como forma de estimular a atividade e o desenvolvimento regional.

A globalização econômica e o desejo de consumo fazem o mercado do turismo prosperar, e com isso, promovem o crescimento do turismo, agora uma atividade econômica, considerando que os produtos turísticos refletem a importância do consumo turístico gerando empregos e renda.

A atividade turismo como atividade econômica possibilita o desenvolvimento de uma localidade ou região e que seja possível utilizar o potencial de desenvolvimento existente no próprio local, promovendo uma melhoria do bem-estar da população e sendo a população local, capaz de conduzir este processo de transformação.

O Turismo é a atividade que mais cresce no Brasil e no mundo, injetando no PIB mundial mais de US\$ 8,8 trilhões (2017), criando também, direta ou indiretamente, 319 milhões de postos de trabalho, o que representa 1 de cada 10 empregos criados no mundo. (folha de Londrina 15/3/2019)

As políticas públicas com o incentivo ao turismo o apoio e investimento do empresário e o envolvimento da comunidade local fazem a estruturação do turismo receptivo.

A partir da inter-relação dos elementos mencionados anteriormente é que o turismo receptivo se torna efetivamente competitivo. Esses elementos mencionados aqui são essenciais, mas não fazem o diferencial para que o turista se desloque até o município.

No município turístico, para a formação do produto turístico, deve haver outros elementos que estejam presentes na localidade, como por exemplo os atrativos naturais e histórico/culturais; acessos; marketing; infraestrutura básica e complementar; condições de vida da população local; posicionamento geográfico; entre outros.

O Município de Tambaú tem características importantes que possibilitam ter na atividade turística uma atividade econômica gerando emprego e renda. O Inventário do Setor de Turismo de Tambaú tentou identificar como o município está em relação ao turismo, o que pensa e como se comporta o empresário do setor e com base nestes dados estabelecer o planejamento estratégico para o seu desenvolvimento.

Com a crescente expansão do setor de turismo, nos é possível evidenciar que existe cada vez mais a necessidade de compreender o comportamento dos turistas.

O novo turista é o consumidor exigente, que depende de informações e busca por produtos personalizados, identificando de forma rápida as necessidades e antecipando os seus desejos é uma tarefa extremamente prioritária das empresas de turismo.



INDÚSTRIA

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

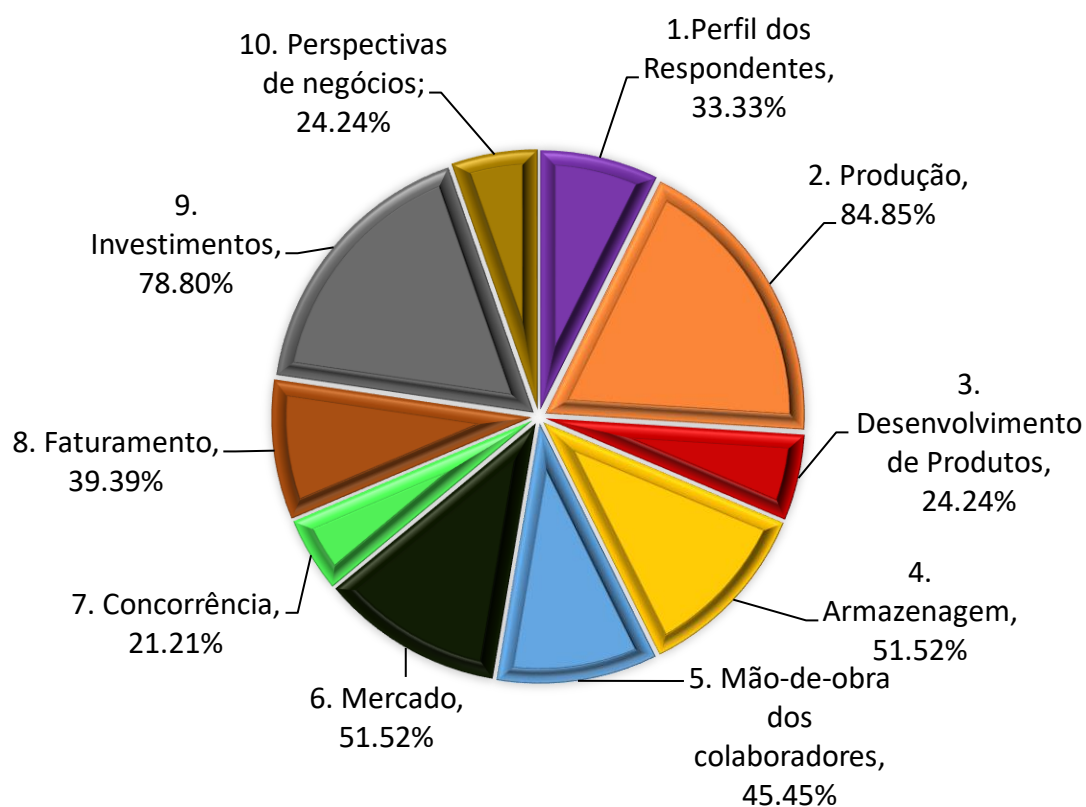
1. Quadro geral de respostas

A tabela 18 e gráfico 332 representam o número de respondentes e o correspondente percentual. Ressaltamos o tema “Produção” que teve a maior participação de respostas com 84,85%, o que pode significar a maior preocupação dos empresários neste momento. E na sequência, pode-se ver que “Investimentos” é a segunda maior preocupação, depois aparecem “Armazenagem”, “Mercado”, “Mão-de-obra dos colaboradores”, “Faturamento”, “Desenvolvimento de produtos”, “Perspectivas de negócio” e “Concorrência”. O “Perfil dos respondentes” não está sendo considerado aqui como uma preocupação dos empresários, uma vez que está ligado às características desta amostra. Foram obtidas 33 respostas válidas. Não houve resposta desconsiderada. As respostas do setor Cerâmico estão sendo consideradas nesse relatório. O tipo de amostra utilizada para as respostas obtidas foi por acessibilidade ou por conveniência. Esta técnica consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível e completamente conhecida. Ou seja, os indivíduos empregados nessa pesquisa são selecionados porque eles estão prontamente disponíveis e conhecidos. Seleciona-se assim os elementos que responderam à pesquisa e admite-se que estes possam representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão, uma vez que no estudo já se conhece a população e a amostra estratificada. (GIL, 2008, p. 94).

Tabela 18 – Percentual de participantes dos temas

Temas	No. de municípios que participaram	Porcentagem de municípios que participaram
1. Perfil dos Respondentes	11	33,33%
2. Produção	28	84,85%
3. Desenvolvimento de Produtos	8	24,24%
4. Armazenagem	17	51,52%
5. Mão-de-obra dos colaboradores	15	45,45%
6. Mercado	17	51,52%
7. Concorrência	7	21,21%
8. Faturamento	13	39,39%
9. Investimentos	26	78,80%
10. Perspectivas de negócio	8	24,24%

Gráfico 332 – Percentual de participantes dos temas



2. Perfil dos respondentes

Gráfico 333 - Ano de fundação da Empresa:

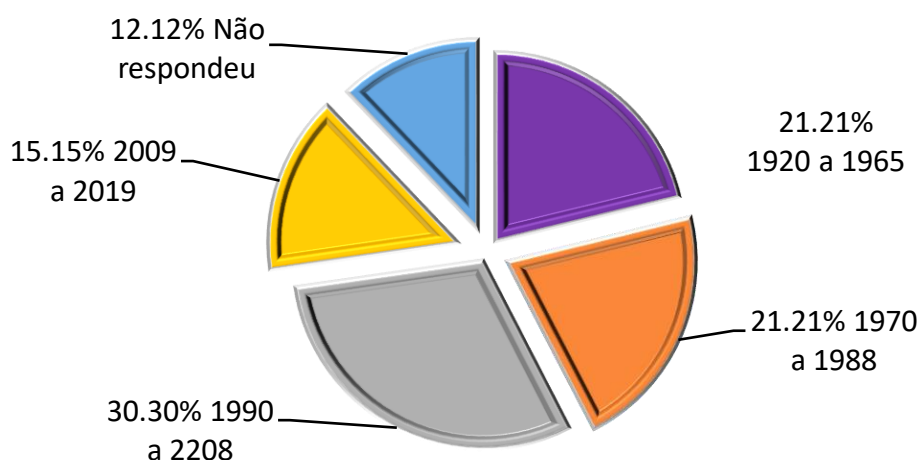
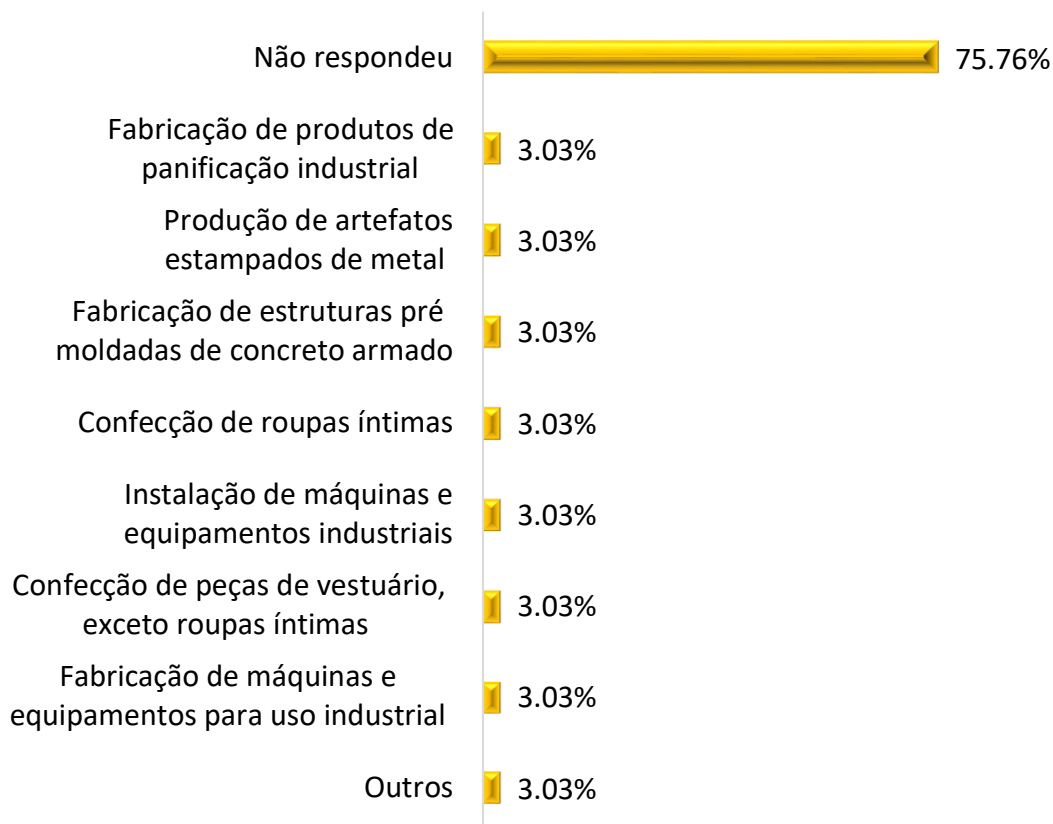


Gráfico 334 - Classificação CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) da Empresa:



O item “outros” representa MEI – Microempreendedor Individual

Gráfico 335 - Capital Social (R\$) da Empresa:

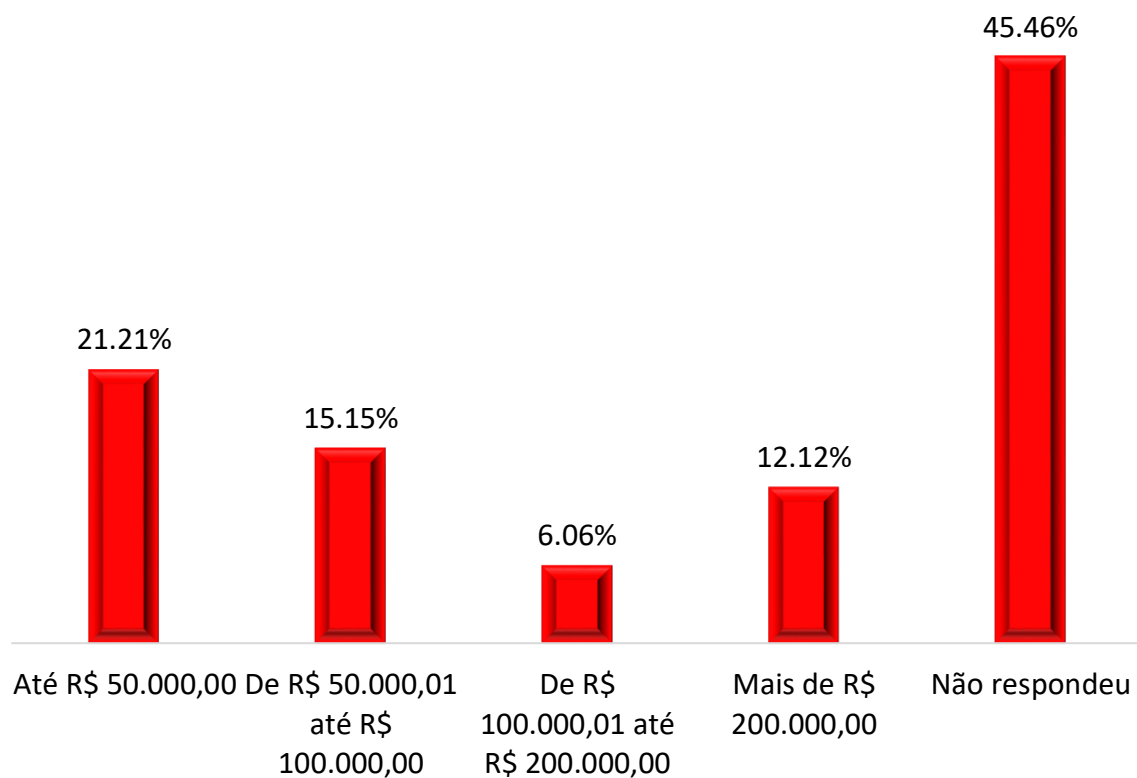


Gráfico 336 - Número de Sócio (s) da Empresa:

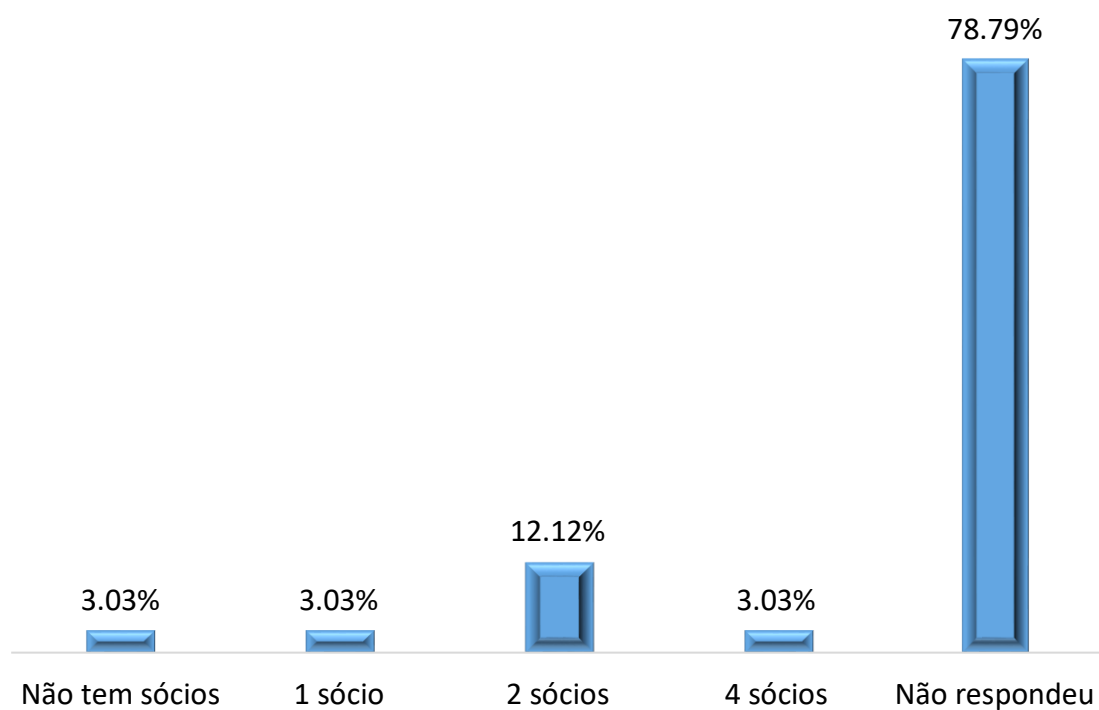


Gráfico 337 - Qual a Origem do Capital (R\$), podendo ser Nacional e Estrangeiro da Empresa?

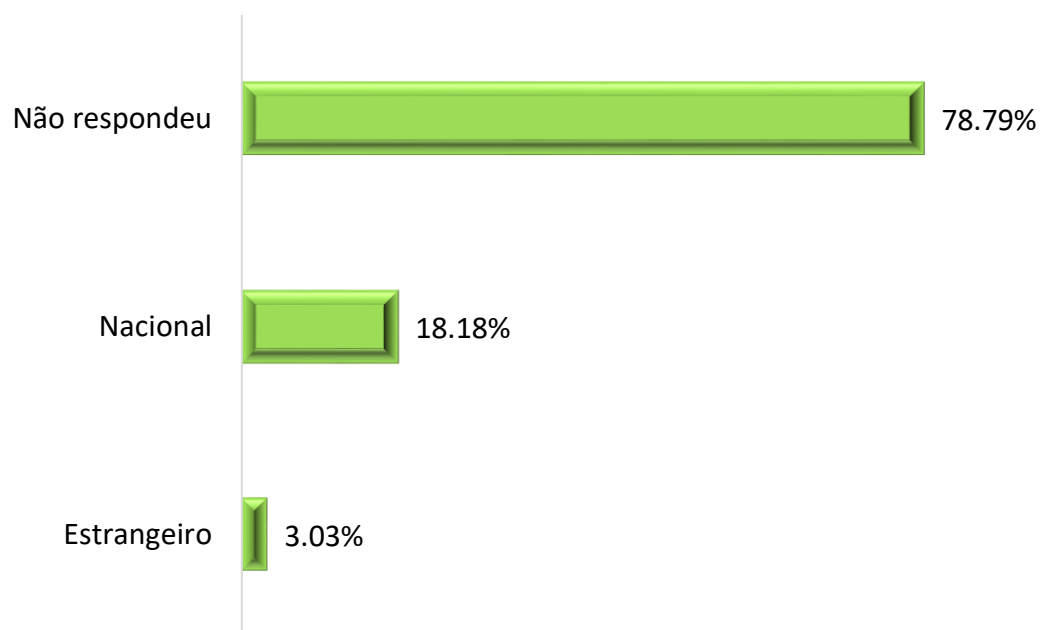


Gráfico 338 - Se tem capital estrangeiro, qual o país de origem?

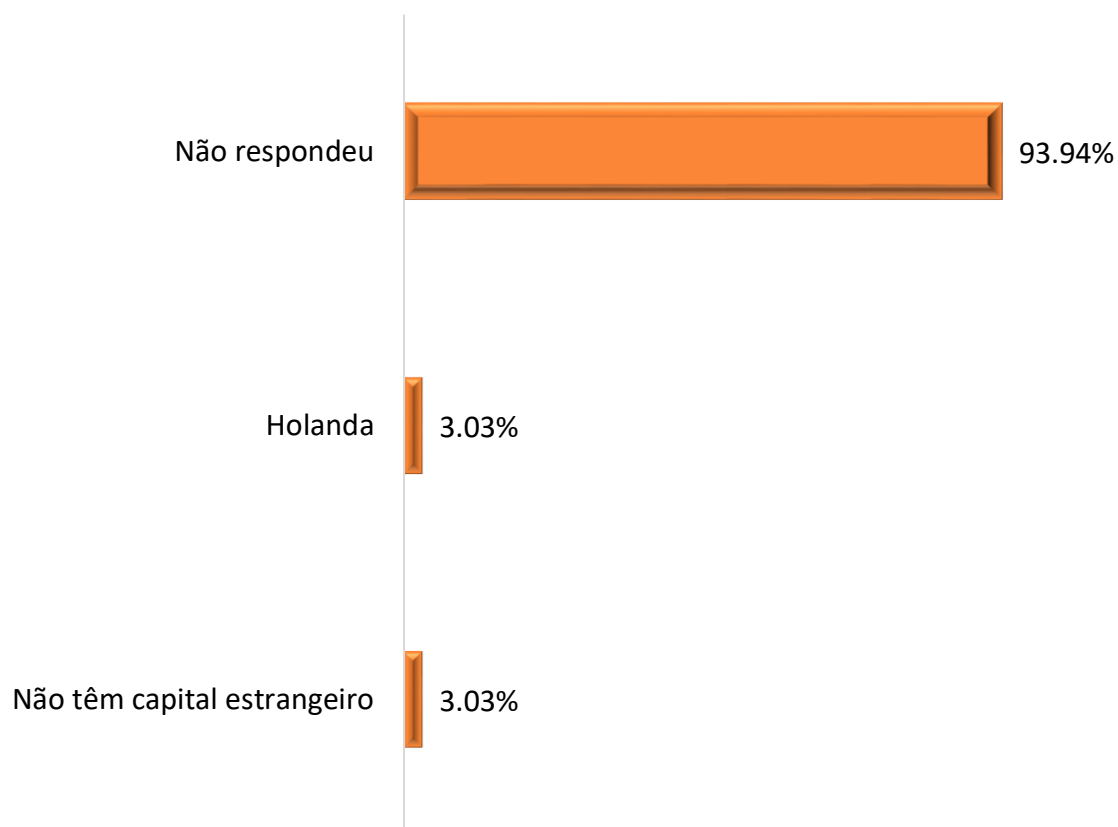
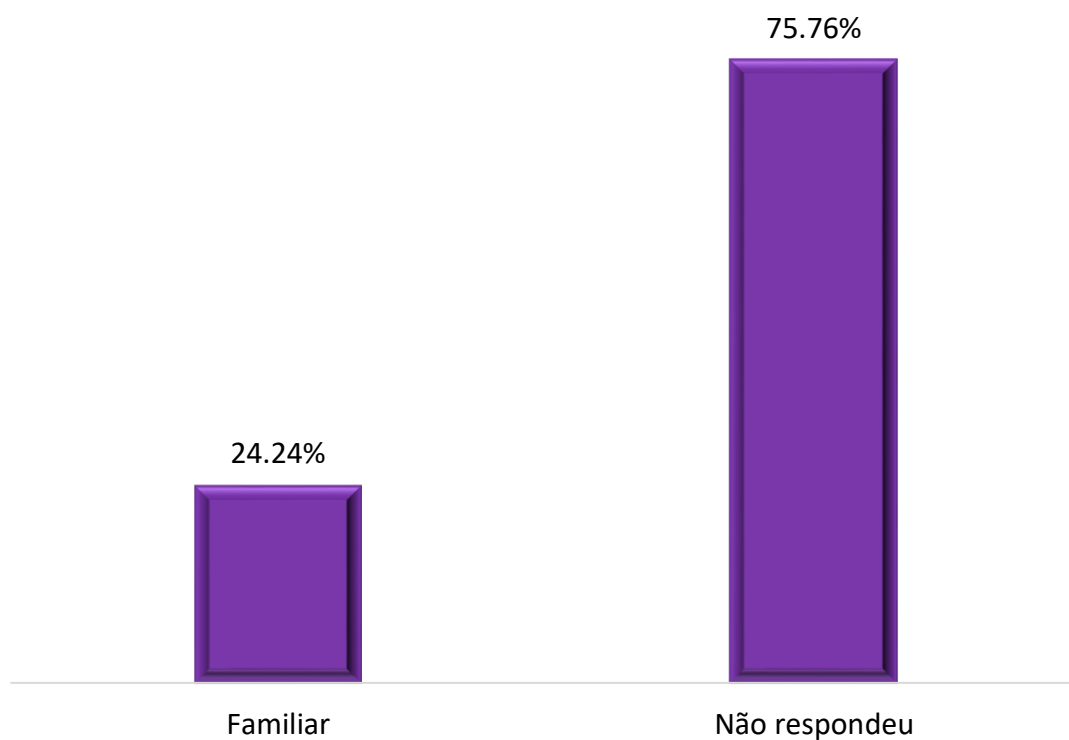


Gráfico 339 - Qual o tipo da Empresa?



3. Produção

Gráfico 340 - Sobre a fabricação dos produtos principais da empresa, indique como é o processo:

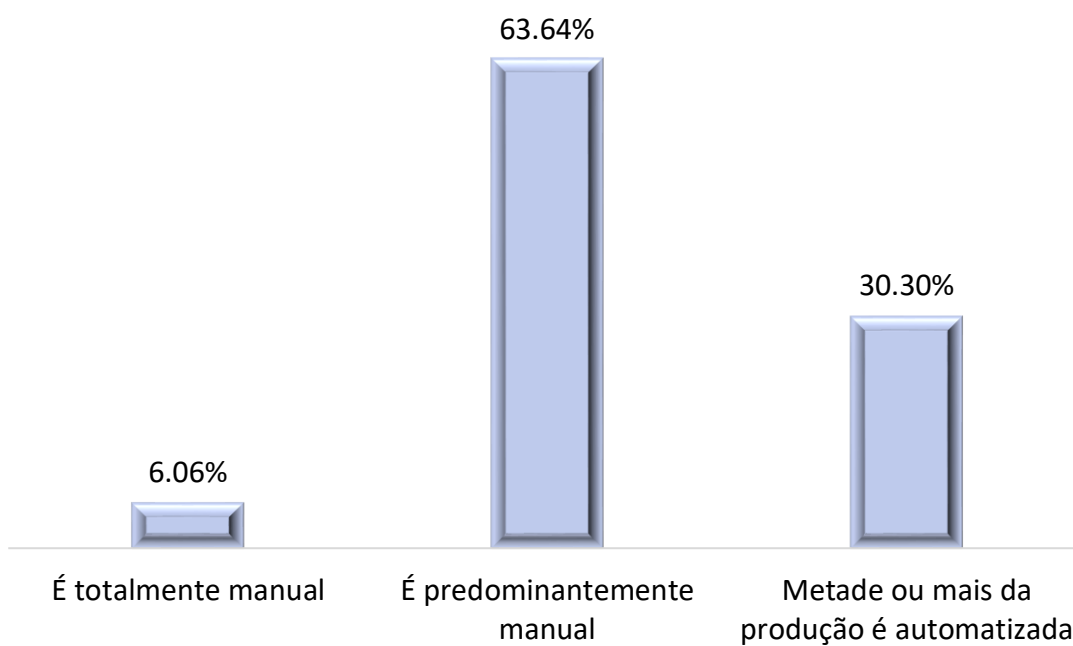


Gráfico 341 - Sobre suas **máquinas e equipamentos** principais utilizados, identifique os **setores da empresa** que utilizam as máquinas.

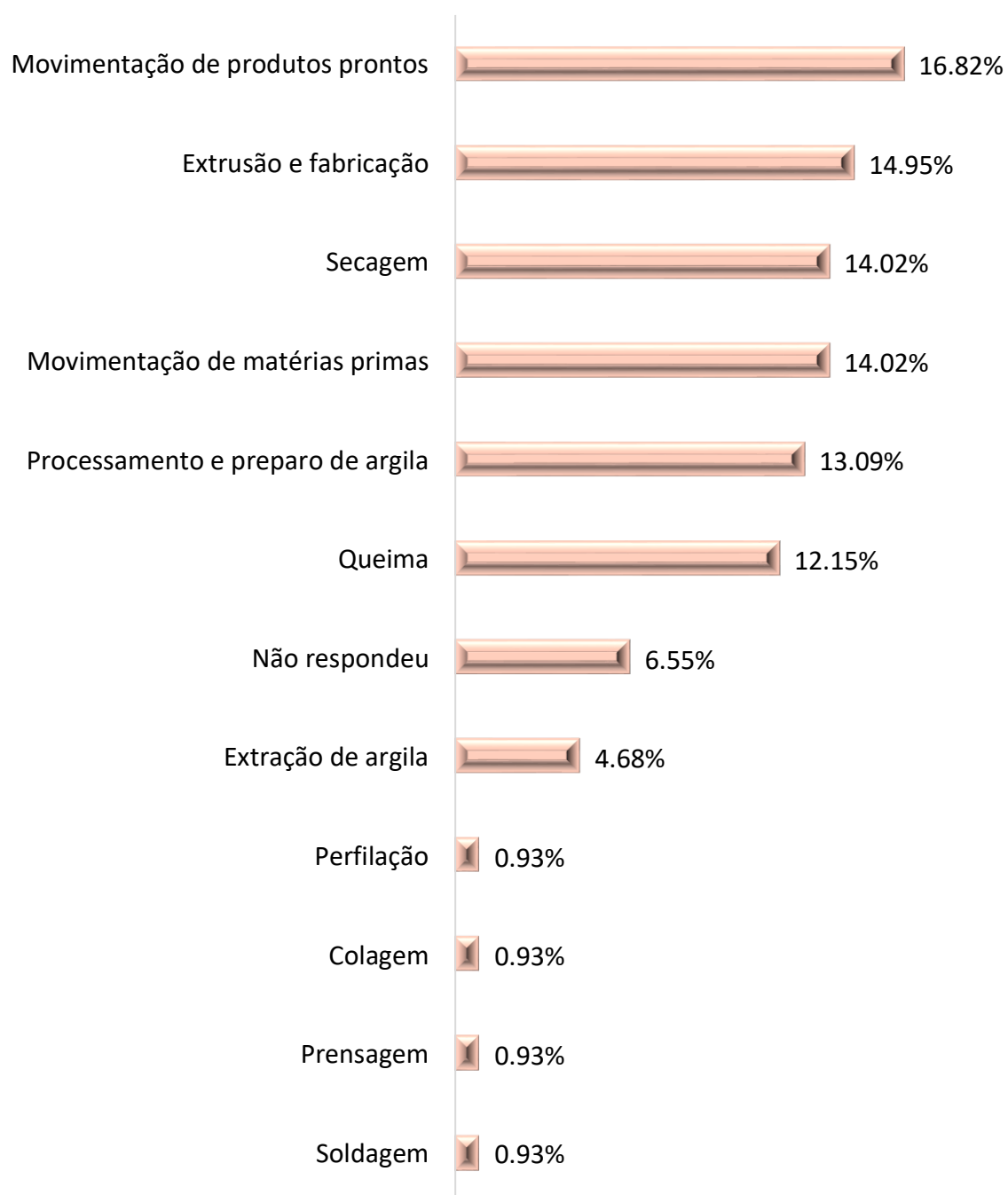


Gráfico 342 - Sobre suas **máquinas e equipamentos** principais utilizados na produção, identifique as **principais máquinas e equipamentos**.

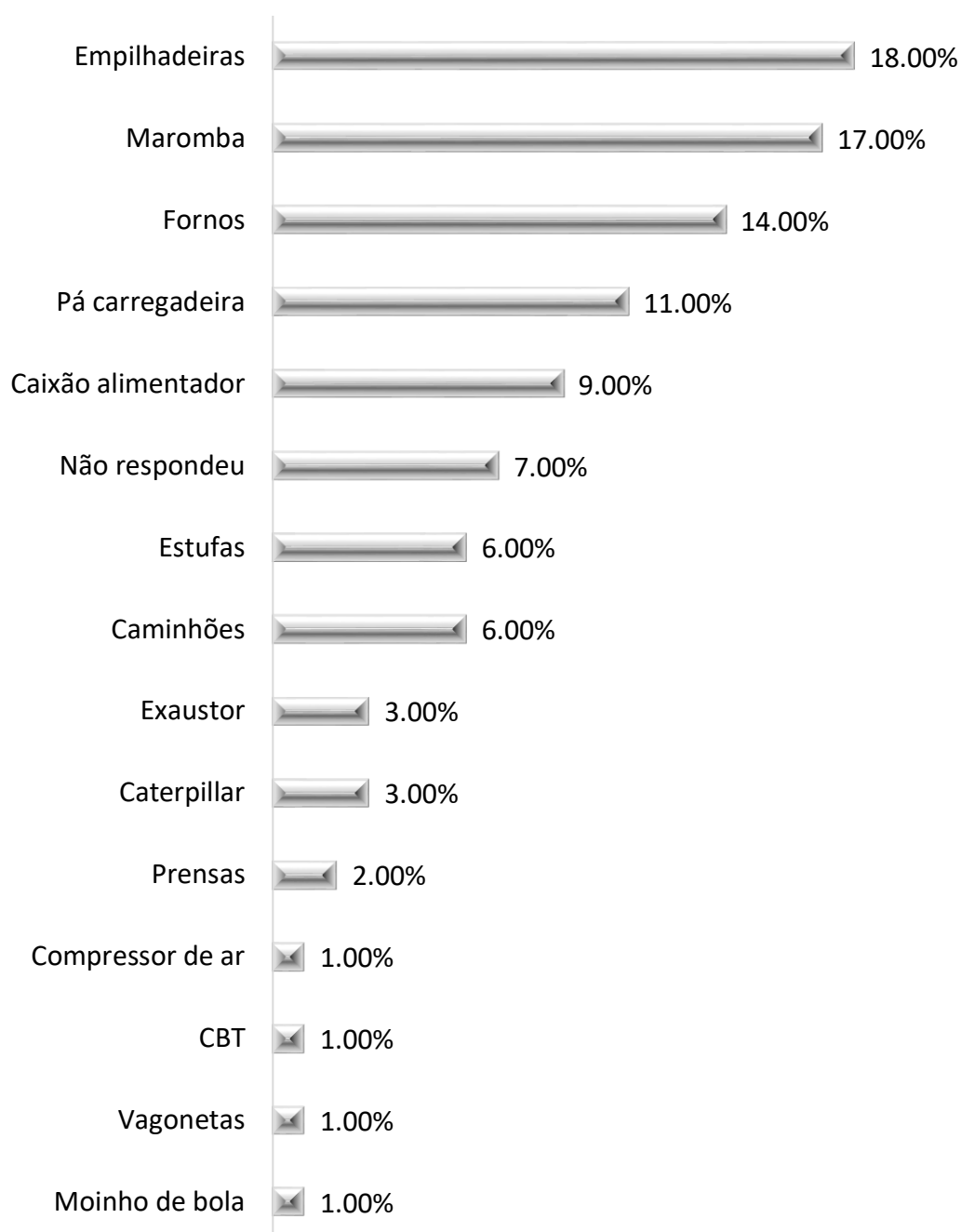
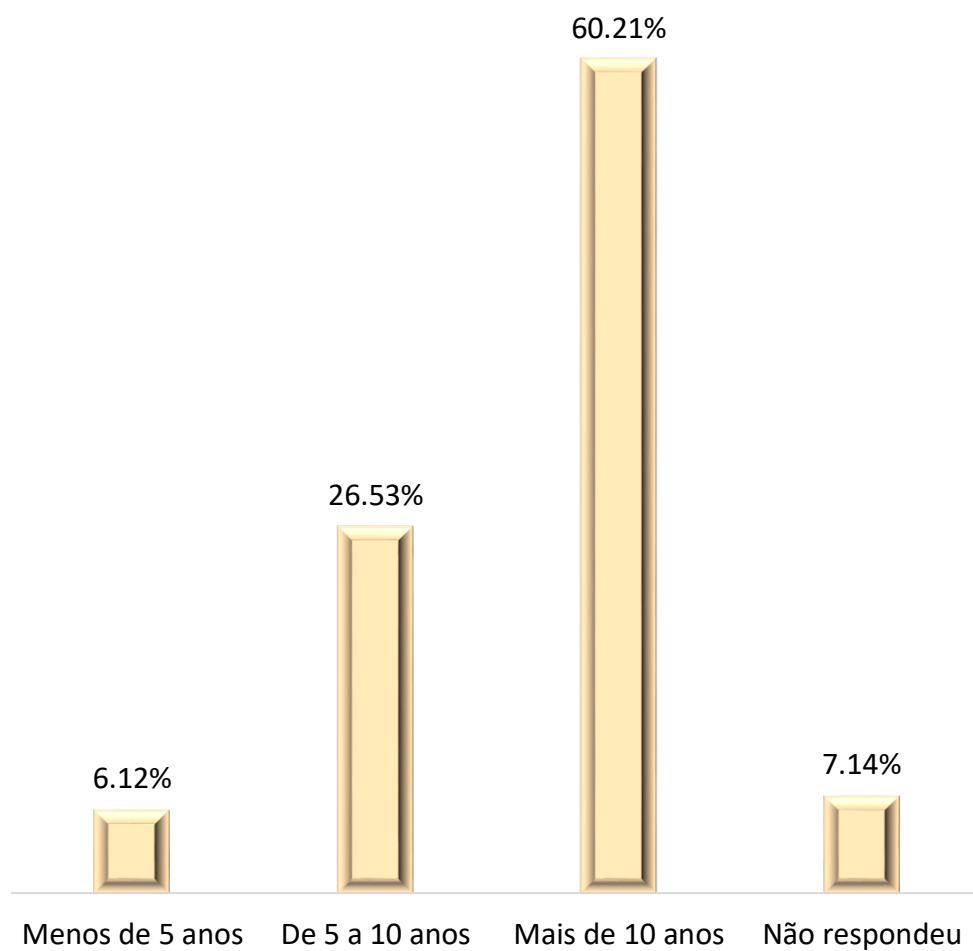


Gráfico 343 - Sobre suas **máquinas e equipamentos** principais utilizados na produção, identifique as **respectivas idades**.



4. Desenvolvimento de produtos

Gráfico 344 A – Como sua empresa criou e/ou desenvolveu os seus produtos?

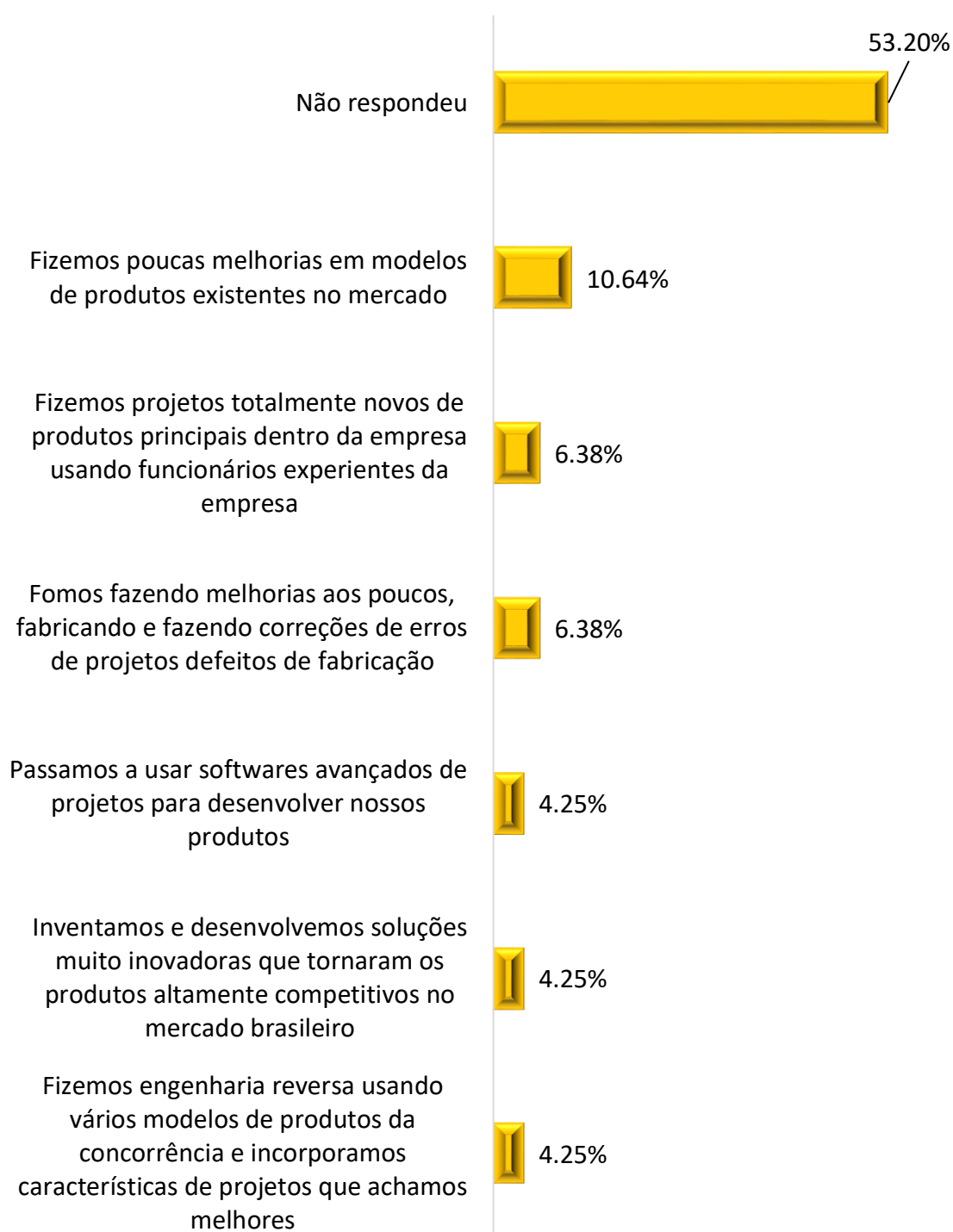
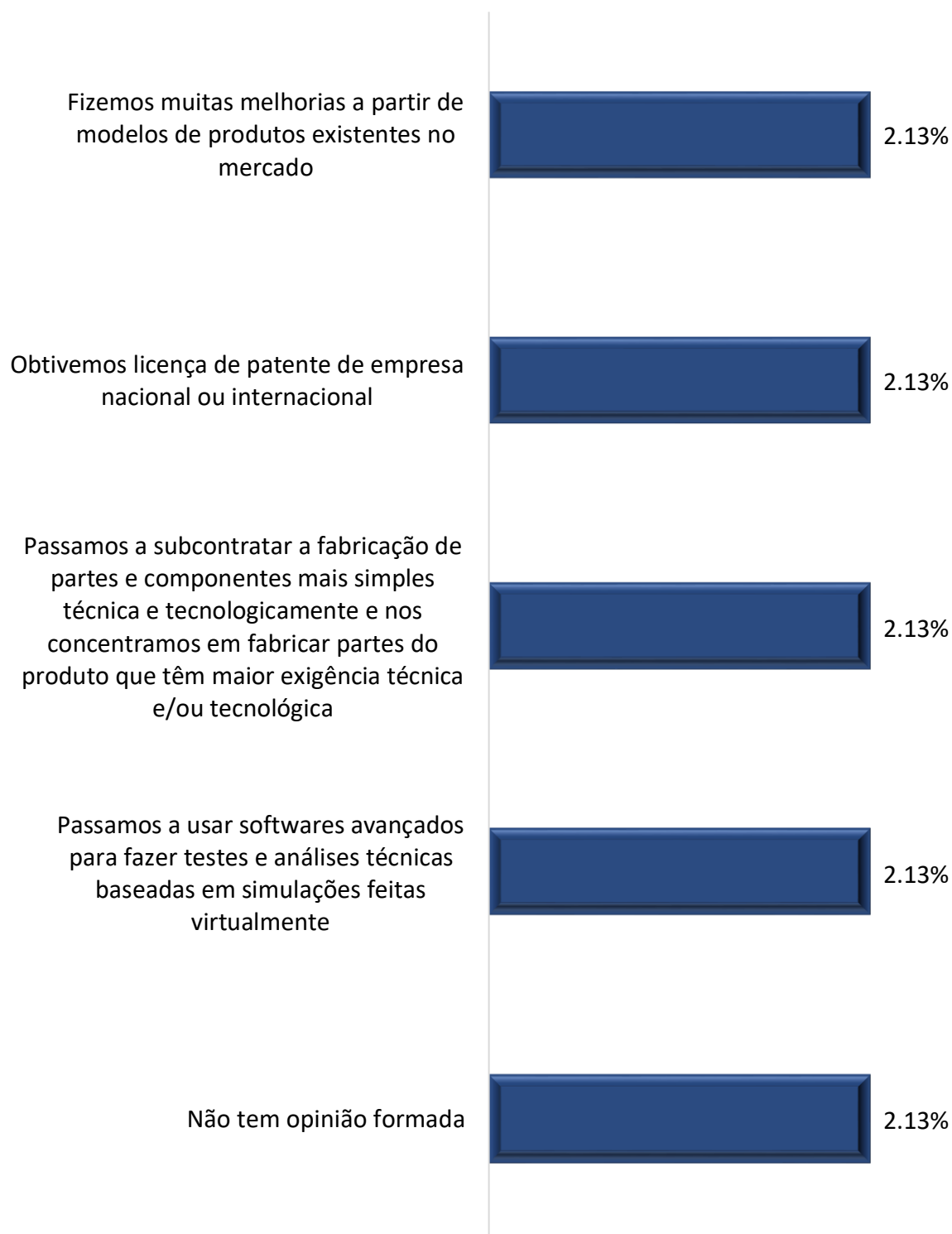


Gráfico 344 B - Como sua empresa criou e/ou desenvolveu os seus produtos?



5. Armazenagem

Gráfico 345 - Sobre a armazenagem de matérias-primas: A sua empresa tem quanto espaço suficiente para armazenagens de matérias primas? (m³).

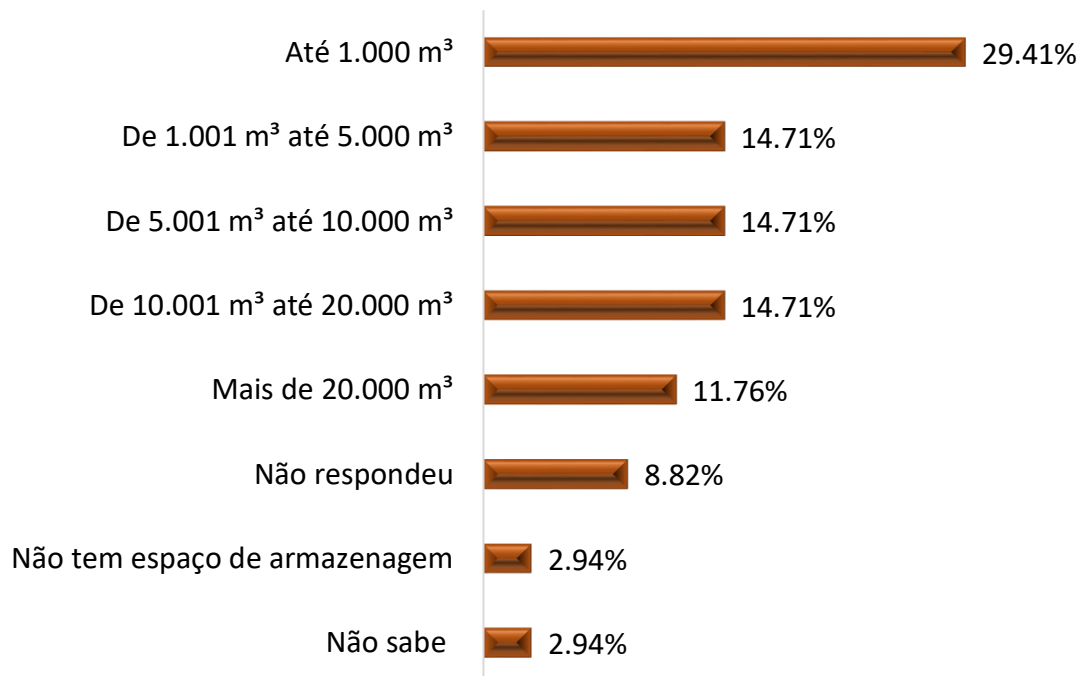


Gráfico 346 - Se a sua empresa não possui espaço suficiente para armazenagem de matérias primas, você pretende ampliar o espaço atual?

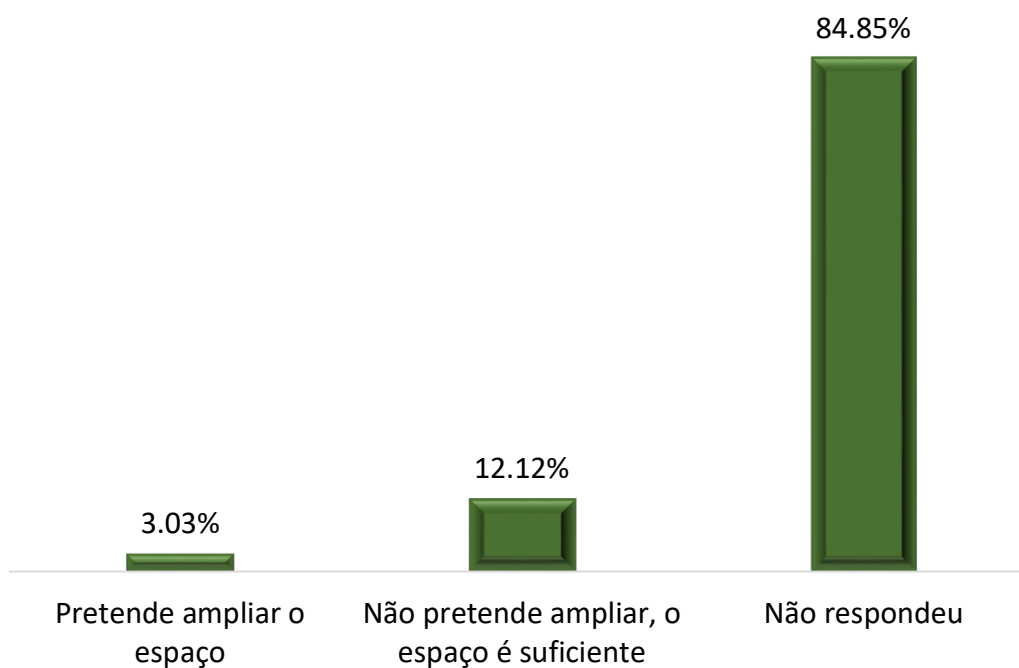


Gráfico 347 - Para quanto tempo o espaço de armazenagem atende a sua produção?

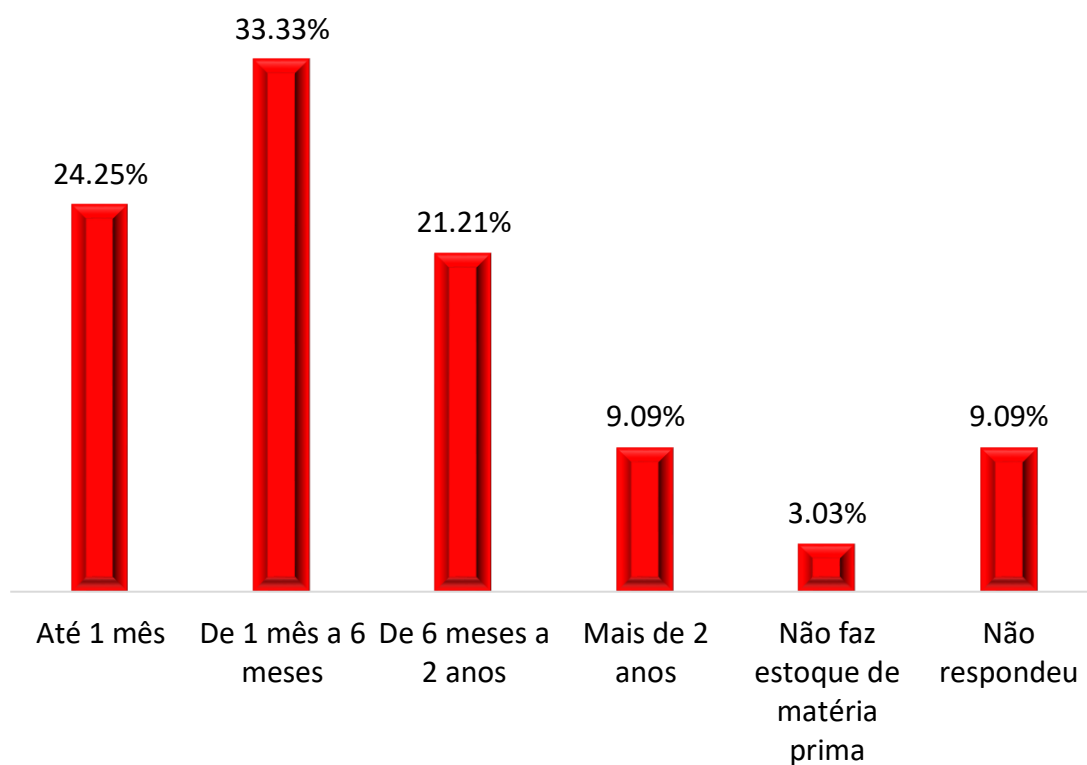
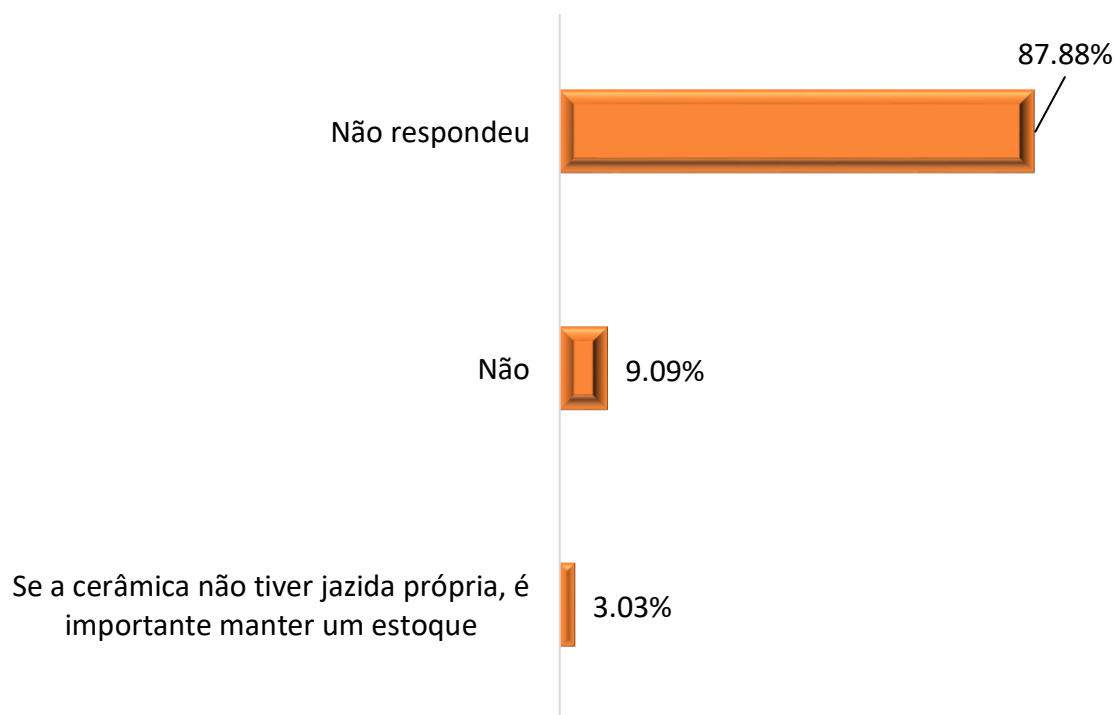


Gráfico 348 - Gostaria de acrescentar mais alguma informação importante sobre a armazenagem?



6. Mão-de-obra dos colaboradores

Gráfico 349 - Em relação aos **Funcionários da Alta Direção**, qual a escolaridade destes?

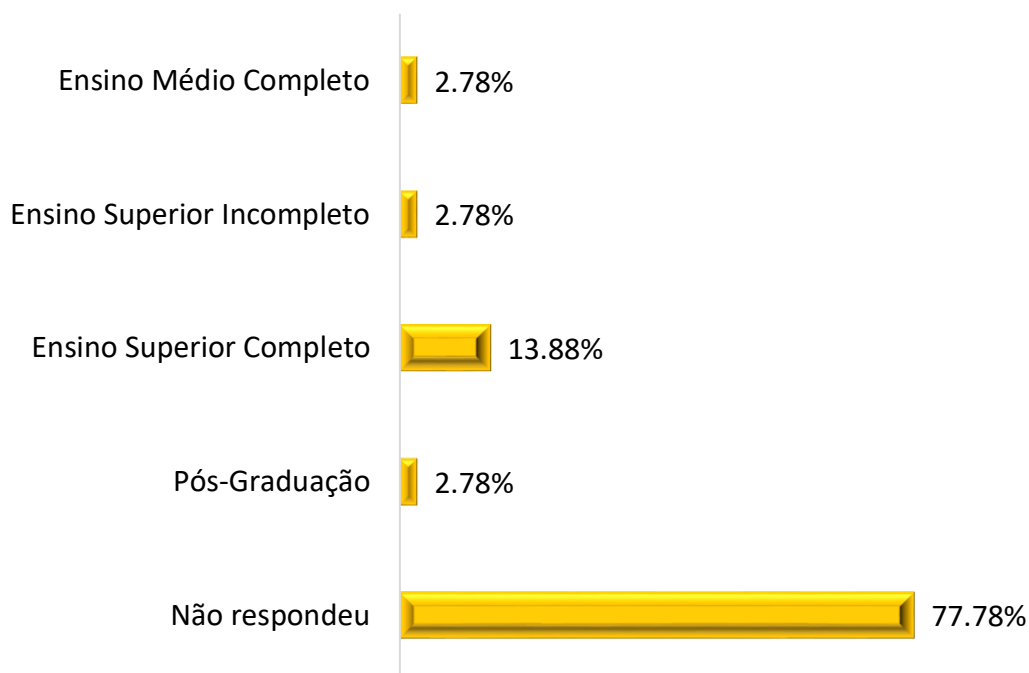


Gráfico 350 - Em relação aos **Funcionários do Setor de Administração**, qual a escolaridade destes?

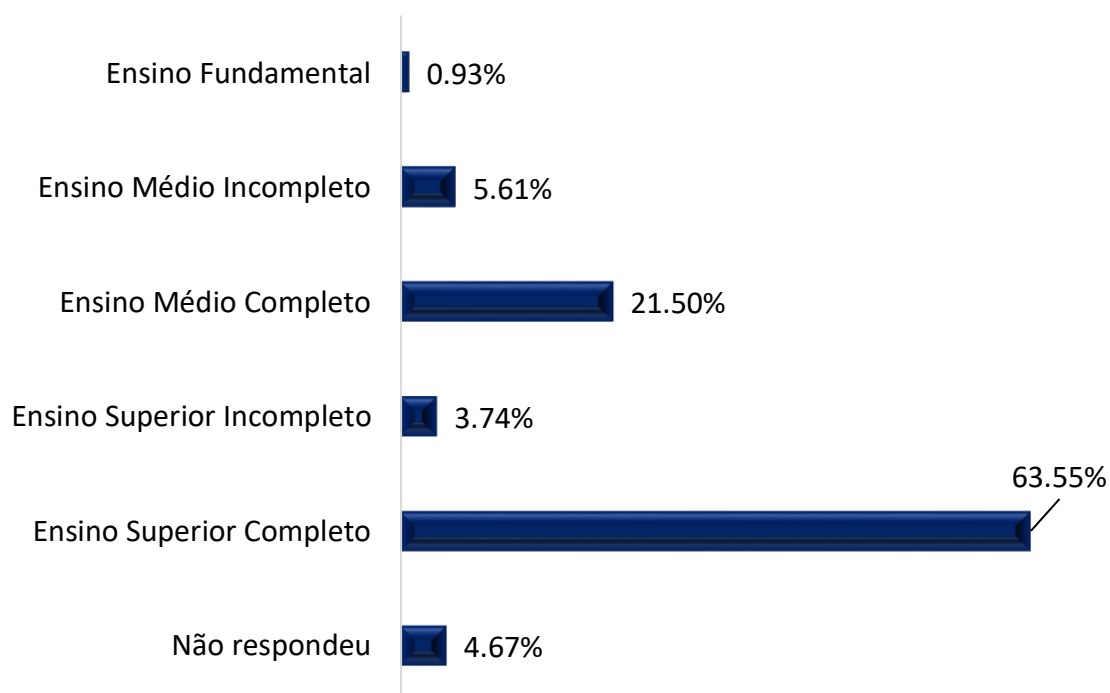


Gráfico 351 - Em relação aos **Funcionários do Setor Comercial e Vendas**, qual a escolaridade destes?

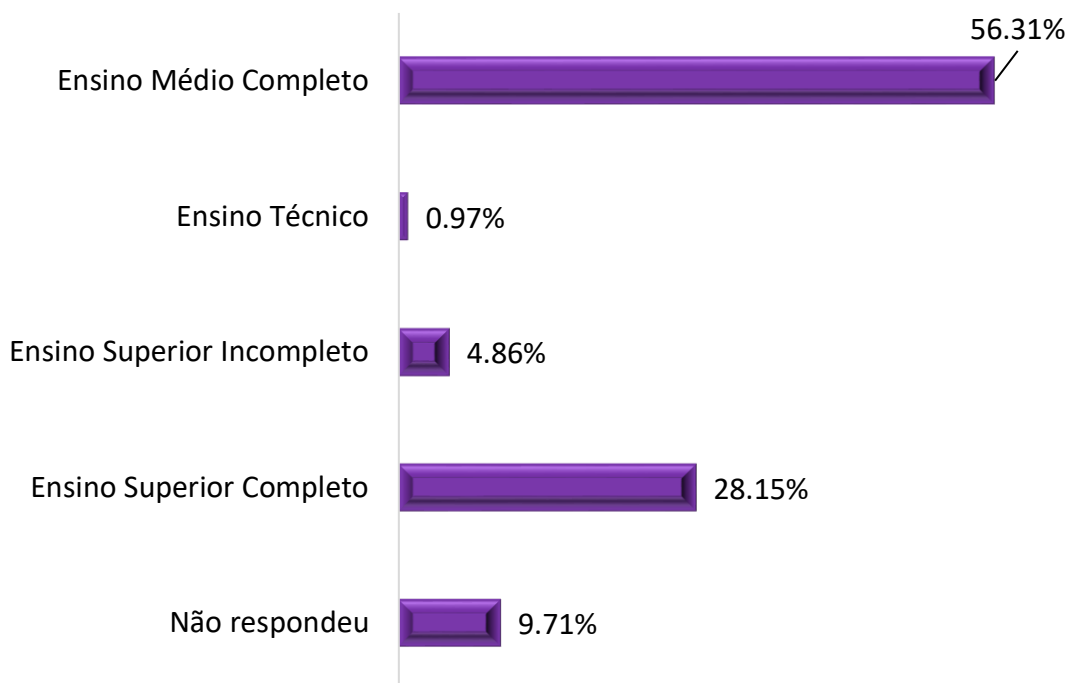


Gráfico 352 - Em relação aos **Funcionários do Setor de Produção**, qual a escolaridade destes?

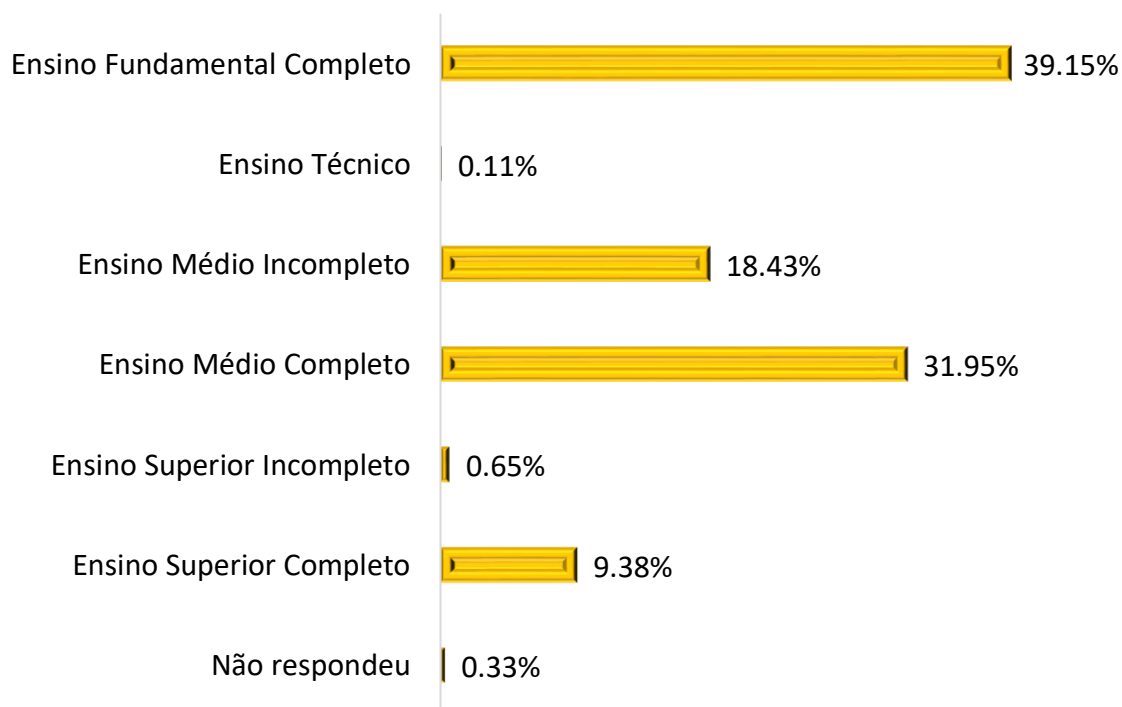


Gráfico 353 - Em relação aos **Funcionários do Setor de Logística**, qual a escolaridade destes?

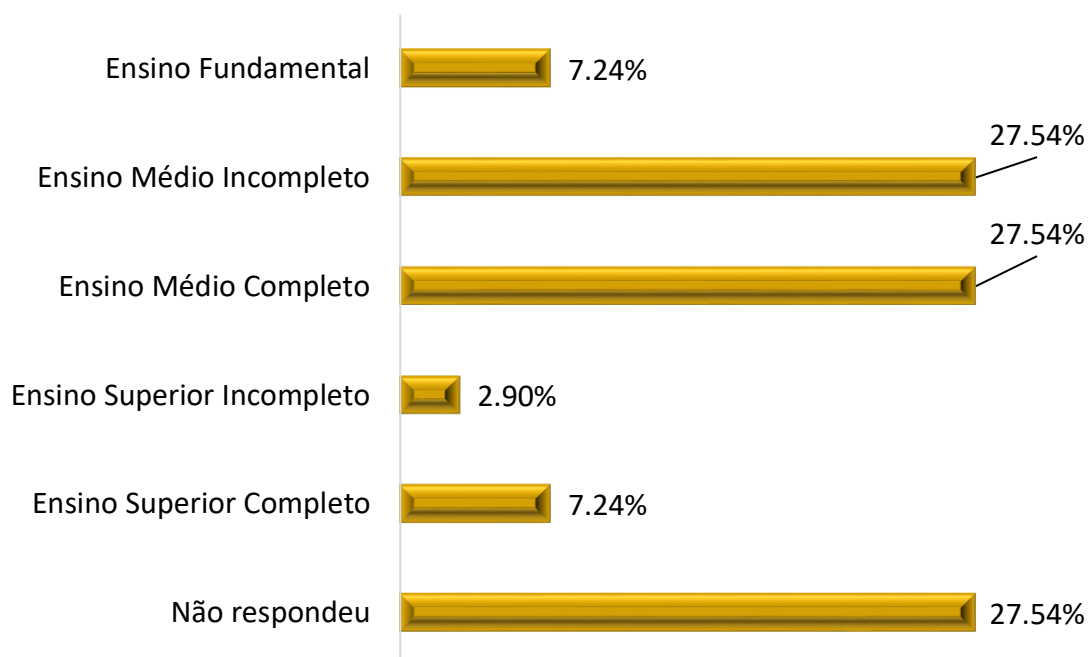


Gráfico 354 - Em relação aos **Funcionários de outros setores**, qual a escolaridade dos funcionários?

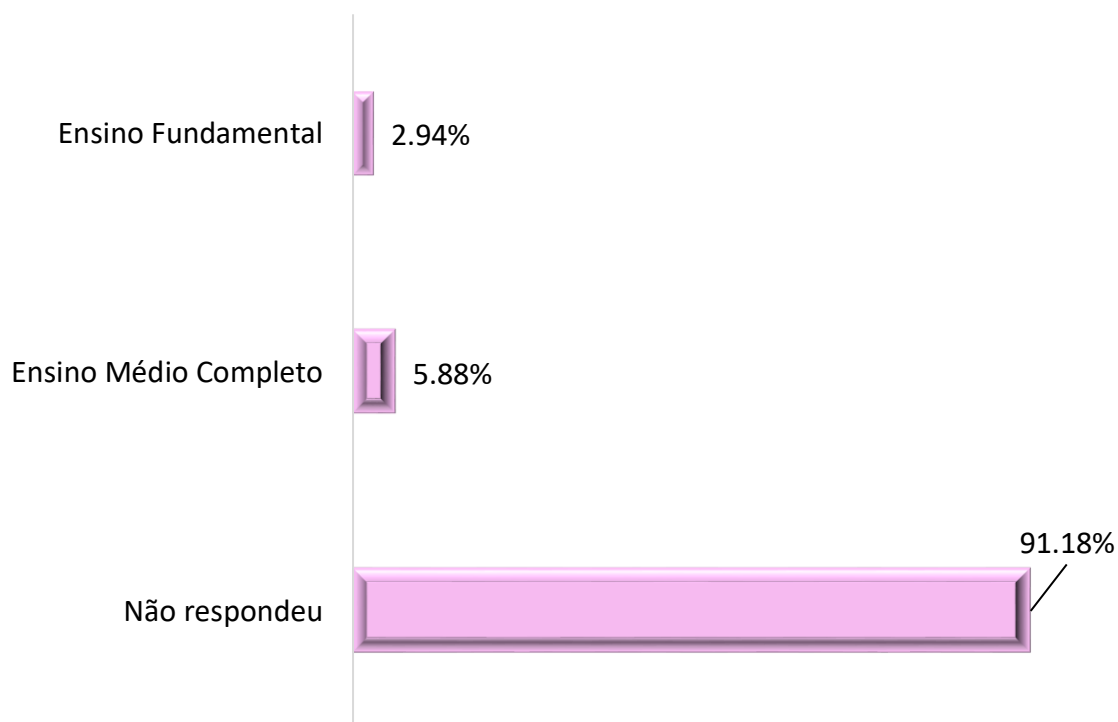


Gráfico 355 - A empresa oferece ou ofereceu treinamento técnico aos membros do quadro diretivo e seus funcionários entre os anos 2017 e 2020?

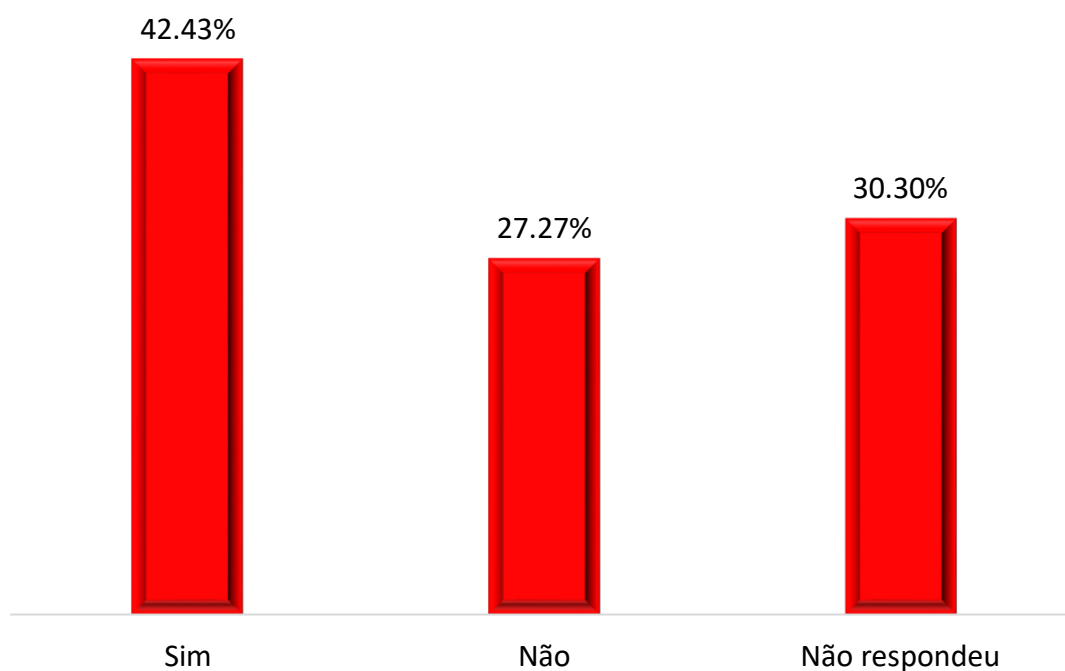


Gráfico 356 - Quem deu o treinamento as pessoas da direção e funcionários dos demais setores?

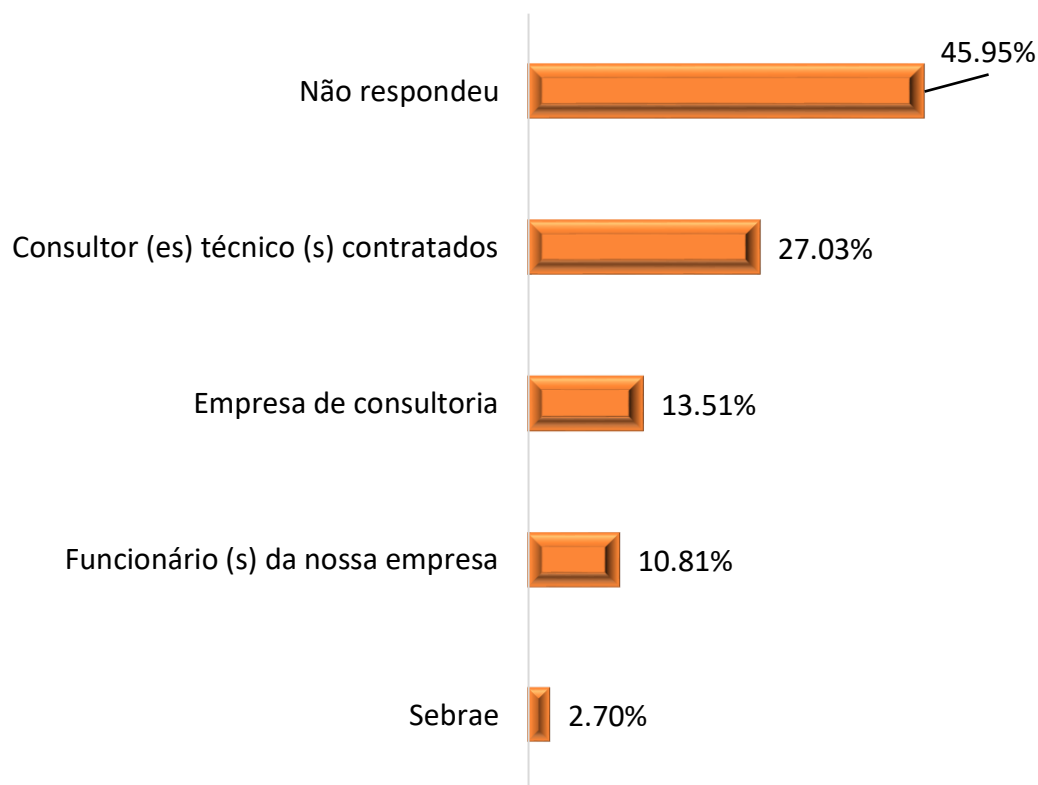


Gráfico 357 - Quem foi treinado e/ou de quais áreas?

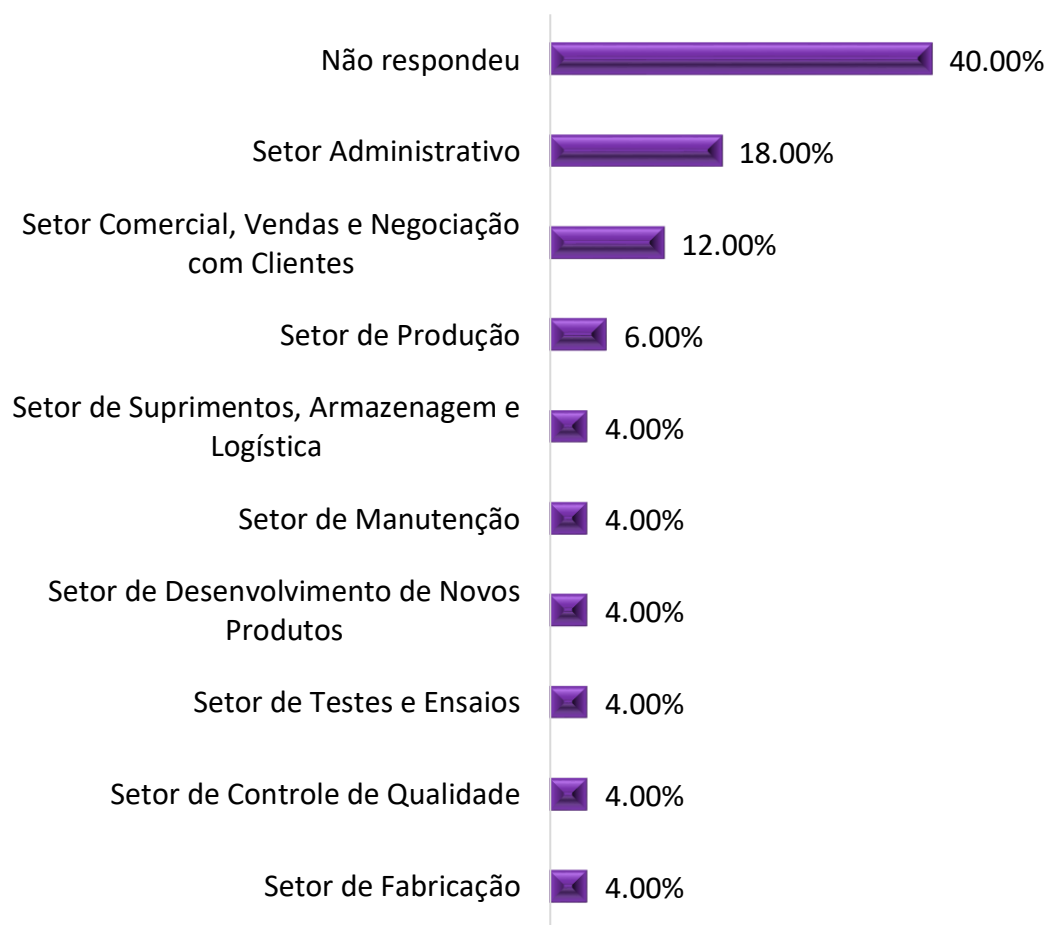


Gráfico 358 - Qual foi o número de pessoas treinadas?

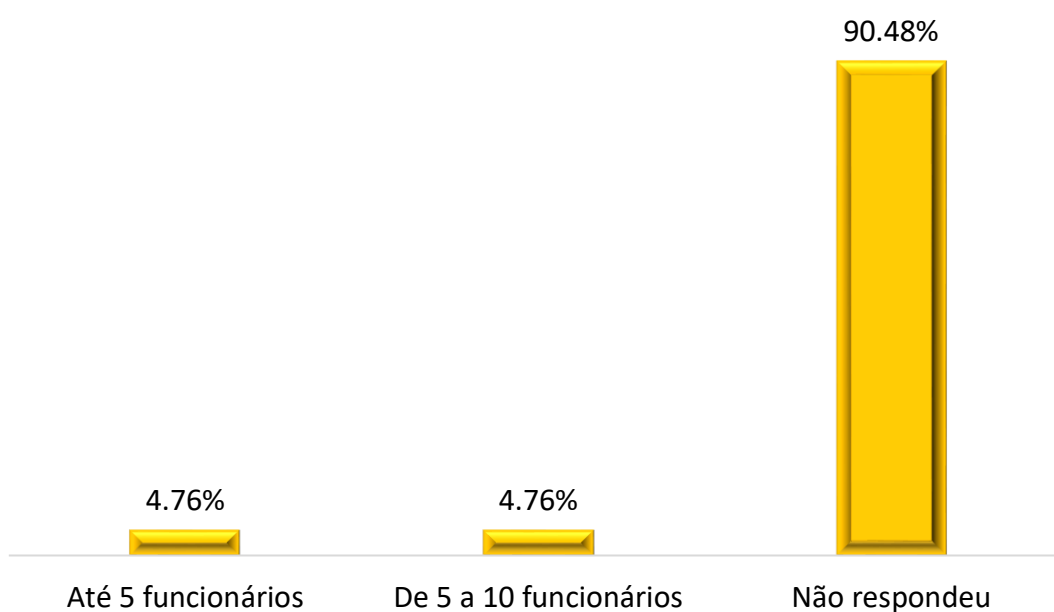
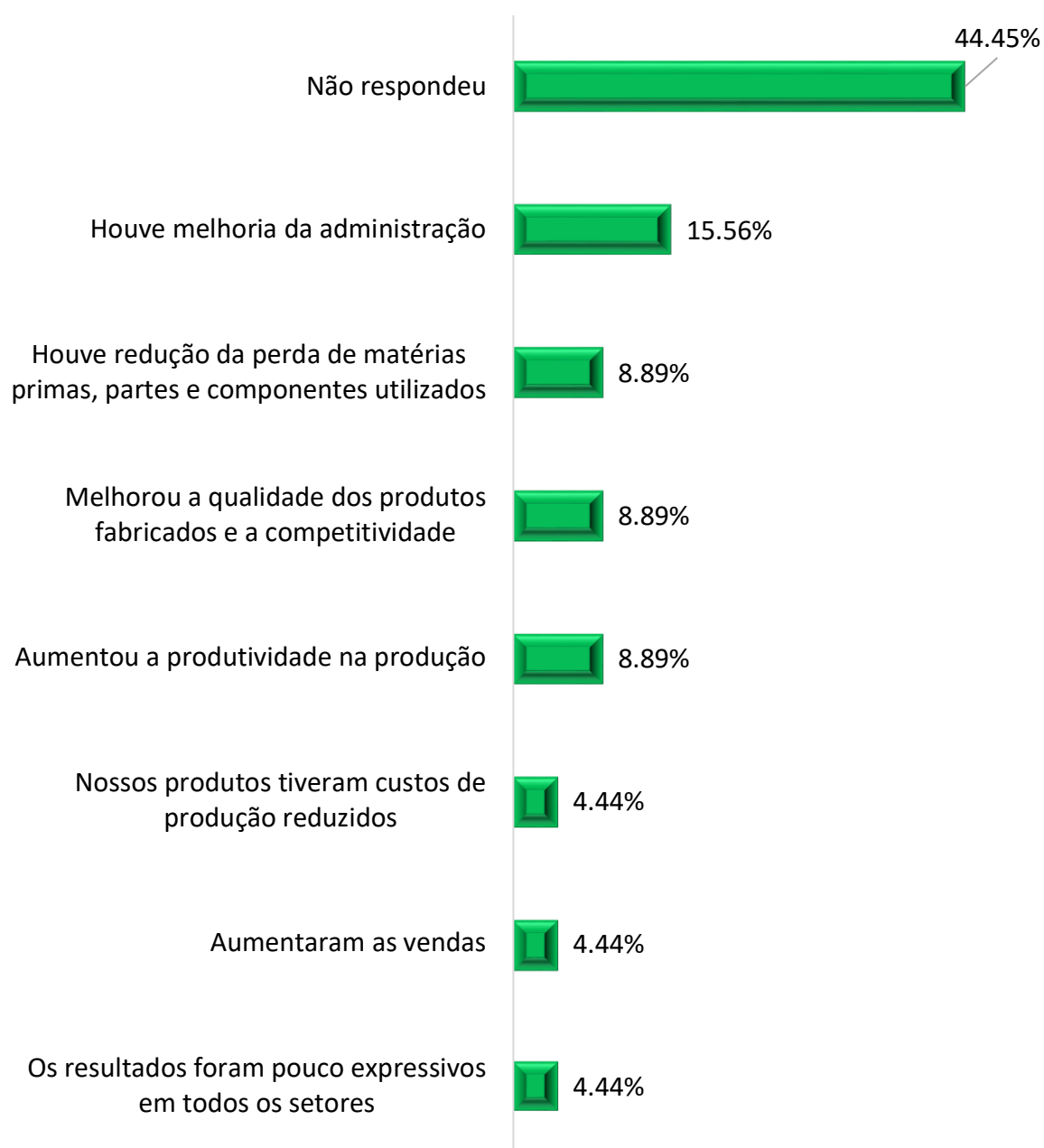


Gráfico 359 - Quais foram os resultados obtidos para a empresa, caso tenha oferecido treinamento (s)?



7. Mercado

Gráfico 360 - Como a sua empresa **caracterizaria o mercado dominado por pequenas empresas** com atuação em regiões próximas quanto a sua estrutura e concorrência?

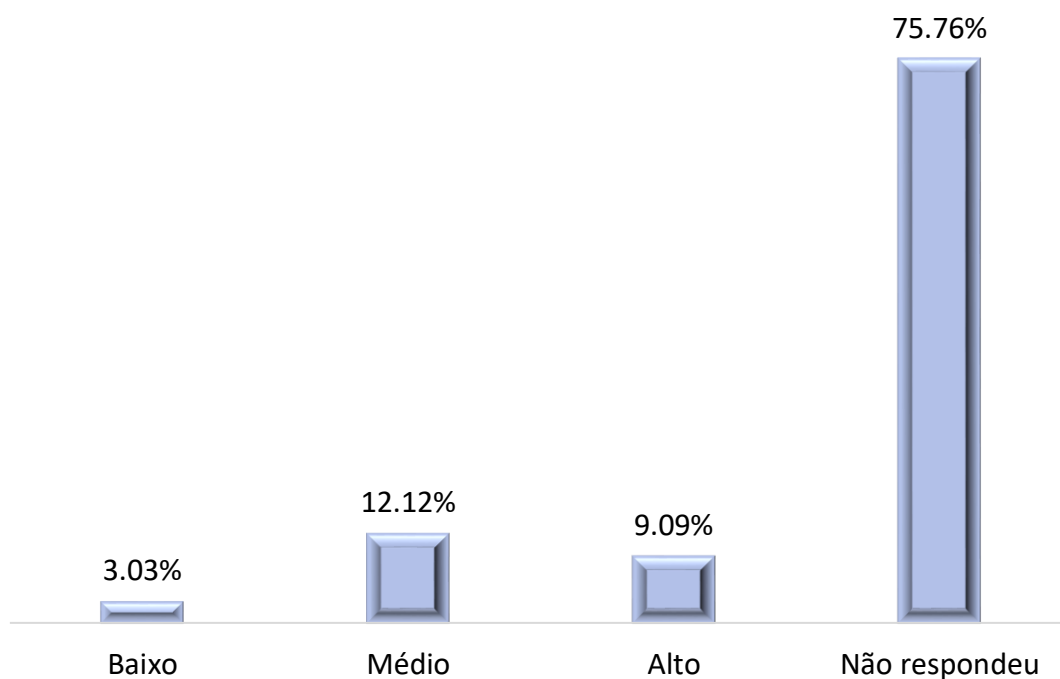


Gráfico 361 – Como a sua empresa **caracterizaria o mercado composto por uma mescla de pequenas e médias empresas** com atuação em regiões próximas quanto a sua estrutura e concorrência?

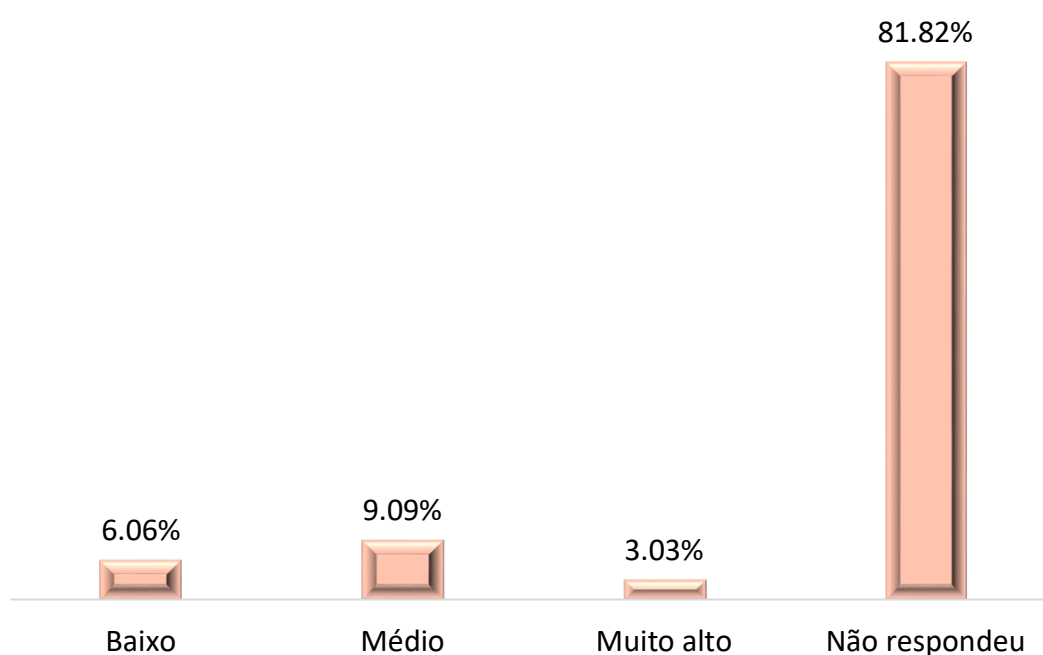


Gráfico 362 - Como a sua empresa **caracterizaria o mercado composto por uma mescla de muitas pequenas e médias empresas** com atuação regionalizada e algumas grandes com atuação nacional quanto a sua estrutura e concorrência?

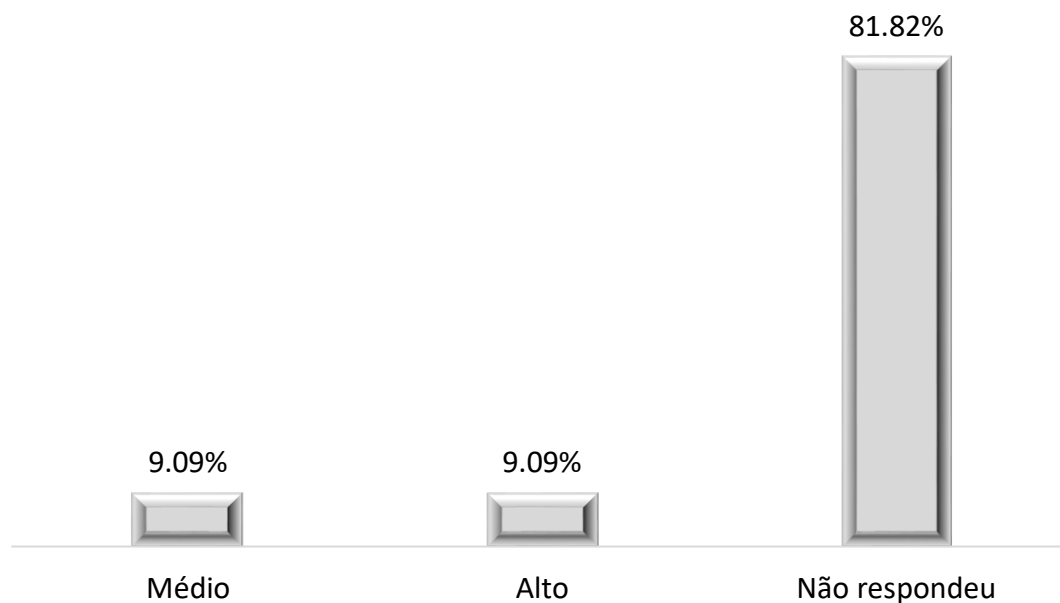


Gráfico 363 – Como a sua **empresa caracterizaria o mercado composto somente por médias e grandes empresas nacionais e internacionais** quanto a sua estrutura e concorrência?

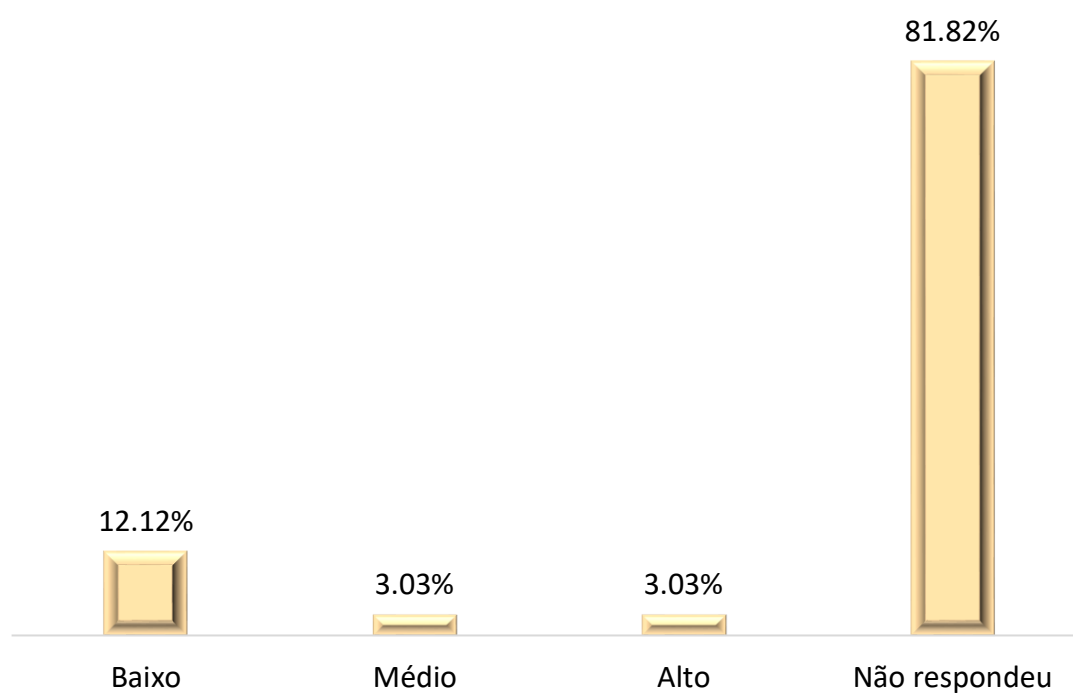


Gráfico 364 - Defina a prioridade de **Preço de Venda** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

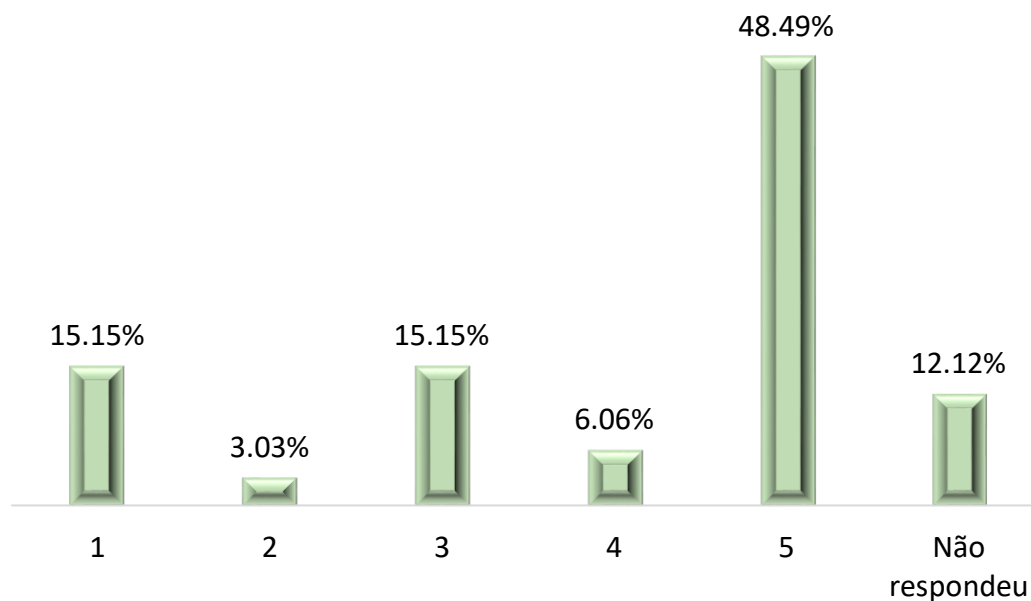


Gráfico 365 - Defina a prioridade de **Atendimento ao Cliente** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

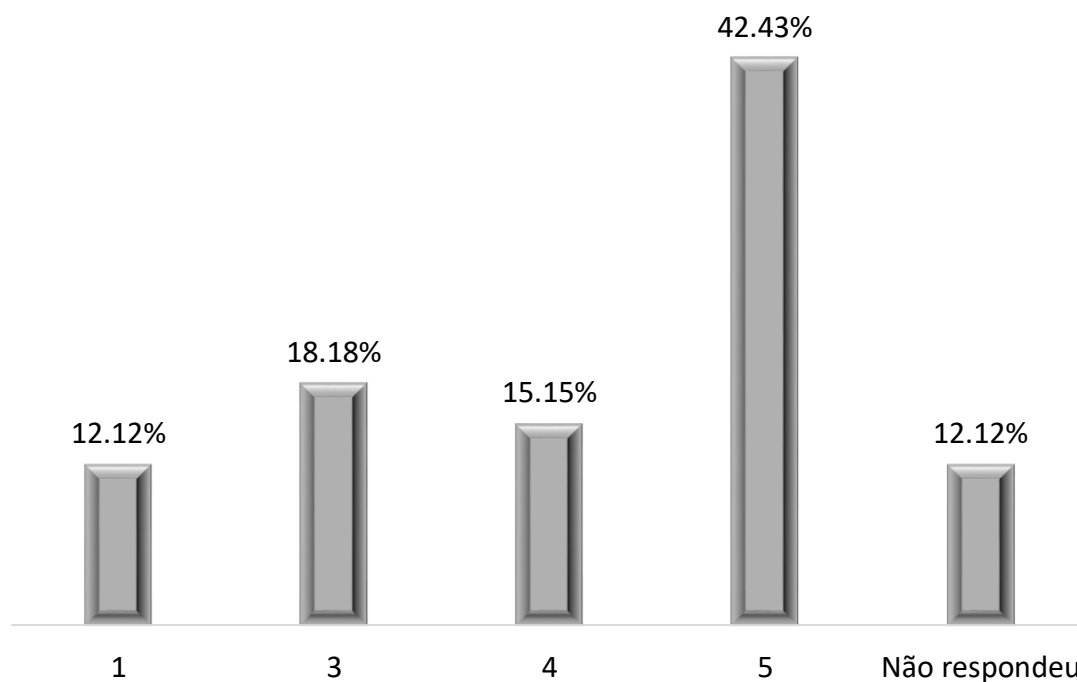


Gráfico 366 - Defina a prioridade de **Variedade de Produtos** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

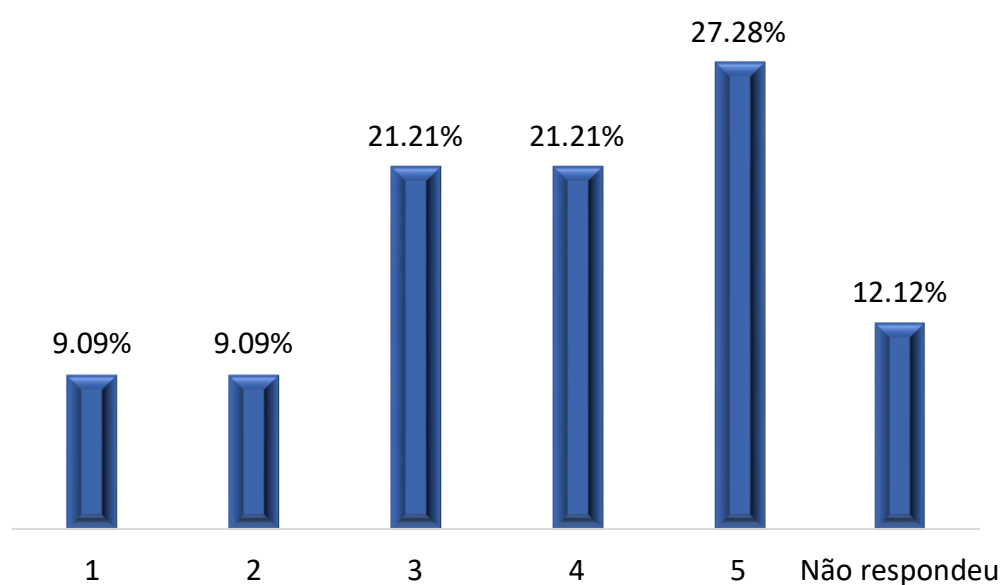


Gráfico 367 - Defina a prioridade de **Atendimento de Especificações Técnicas** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

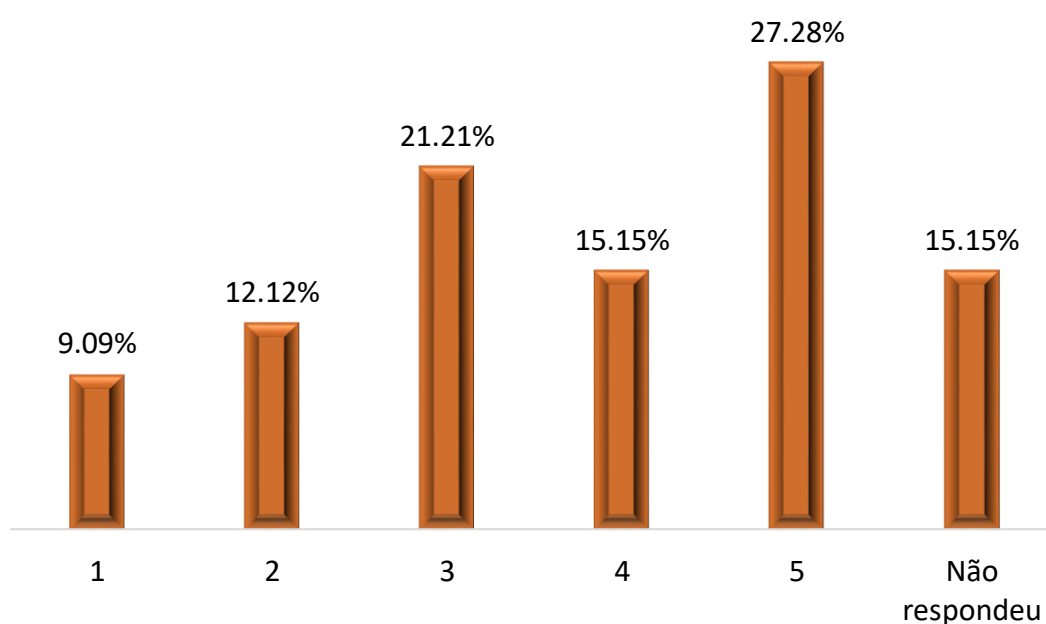


Gráfico 368 - Defina a prioridade de **Controle de Qualidade** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

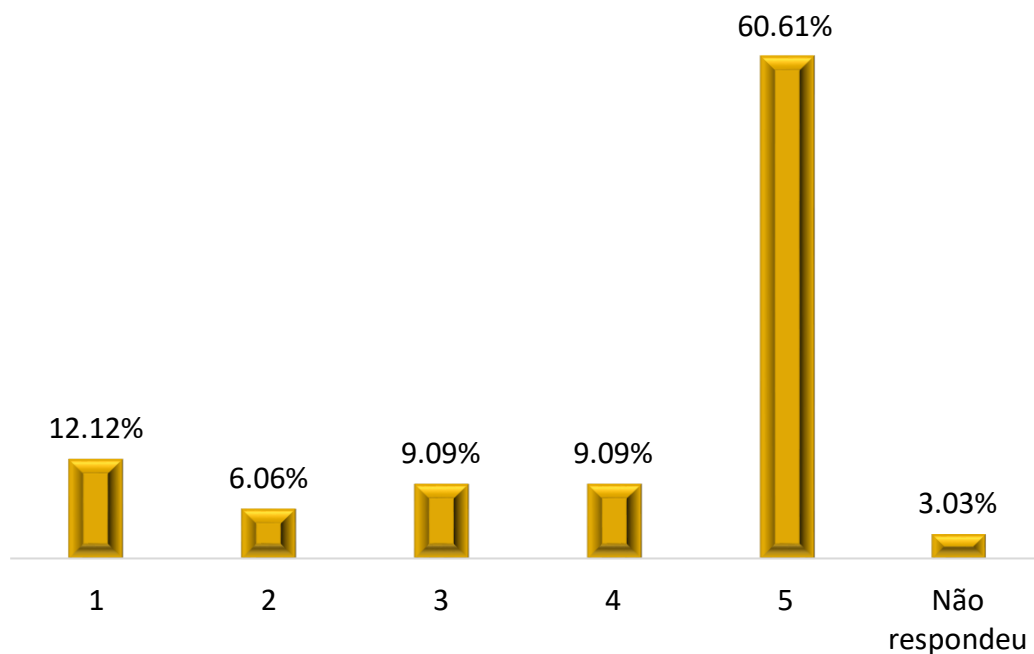


Gráfico 369 - Defina a prioridade de **Assistência Técnica** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

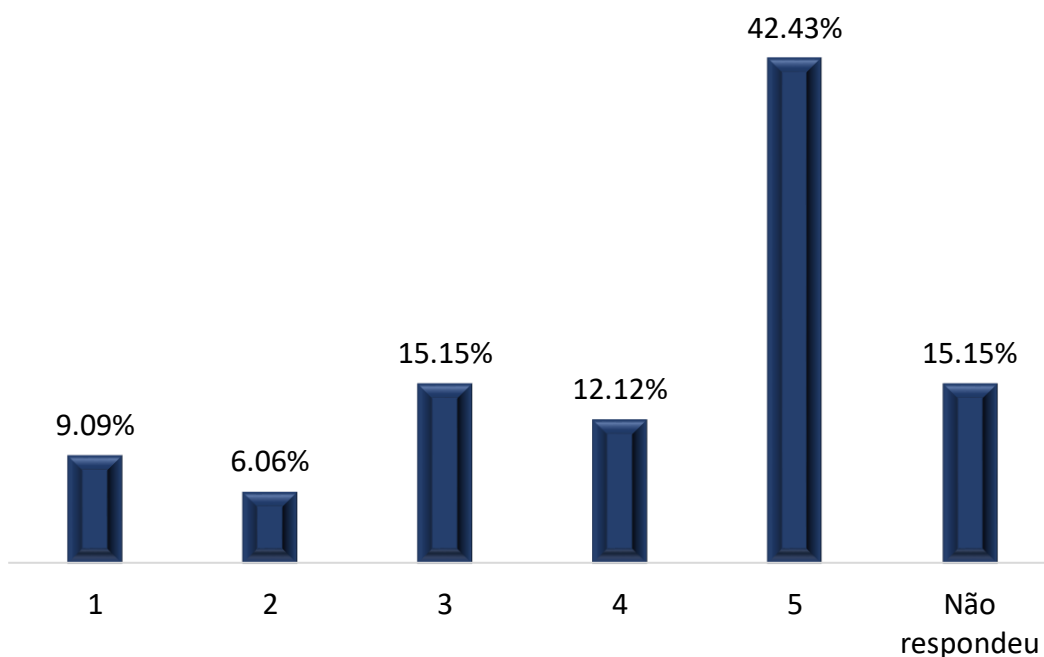


Gráfico 370 - Defina a prioridade de **Custo de Transporte** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

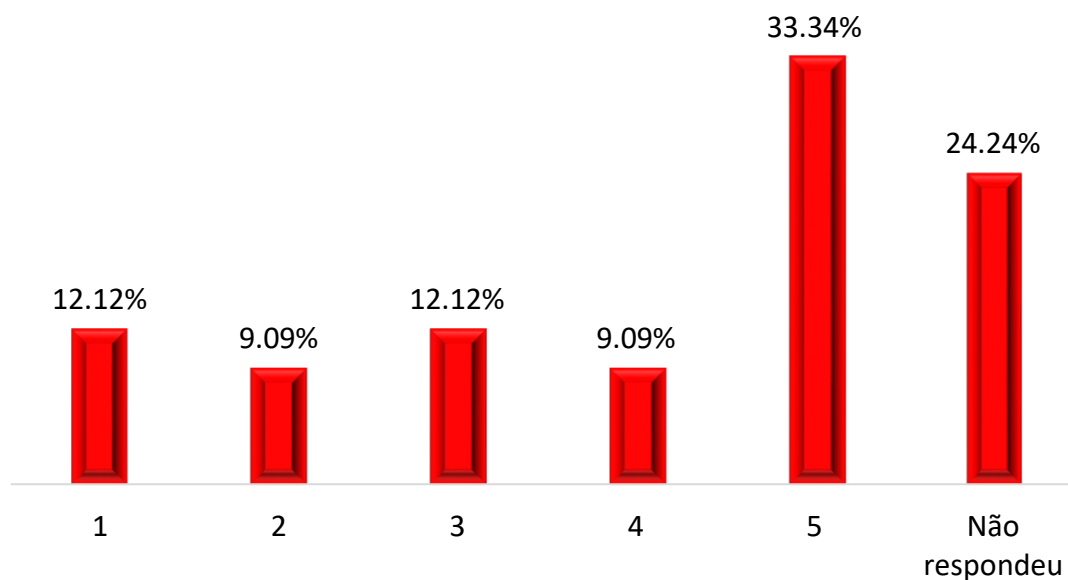


Gráfico 371 - Defina a prioridade de **Produtos feitos sob Encomenda** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

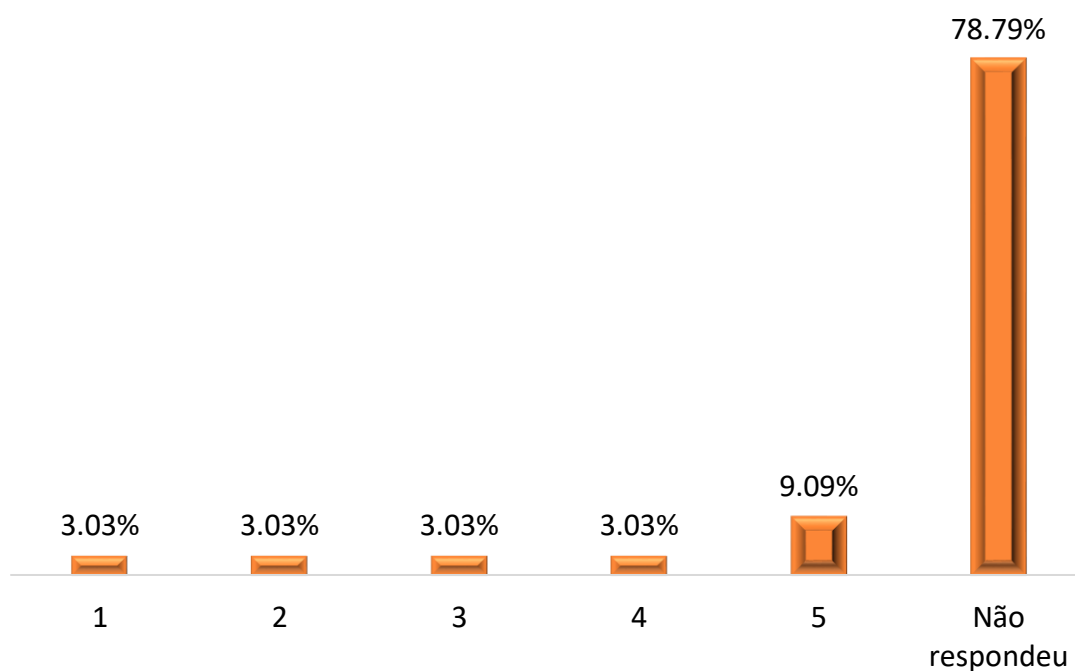


Gráfico 372 - Defina a prioridade de **Pronta Entrega** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

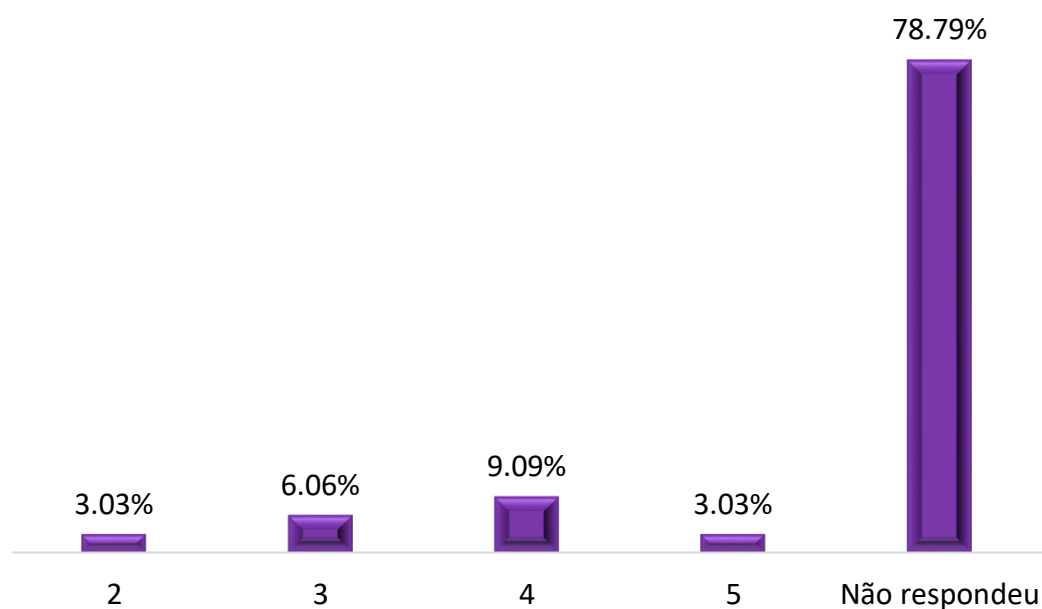


Gráfico 373 - Defina a prioridade de **Produto Tecnologicamente Diferenciados** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

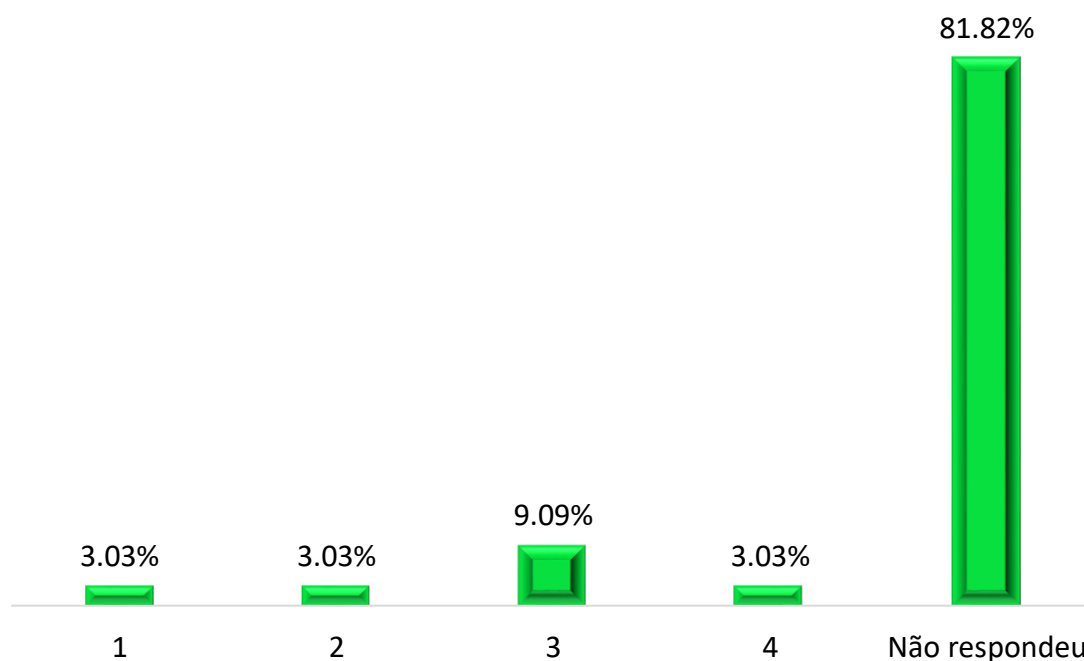


Gráfico 374 - Defina a prioridade de **Garantia Estendida** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

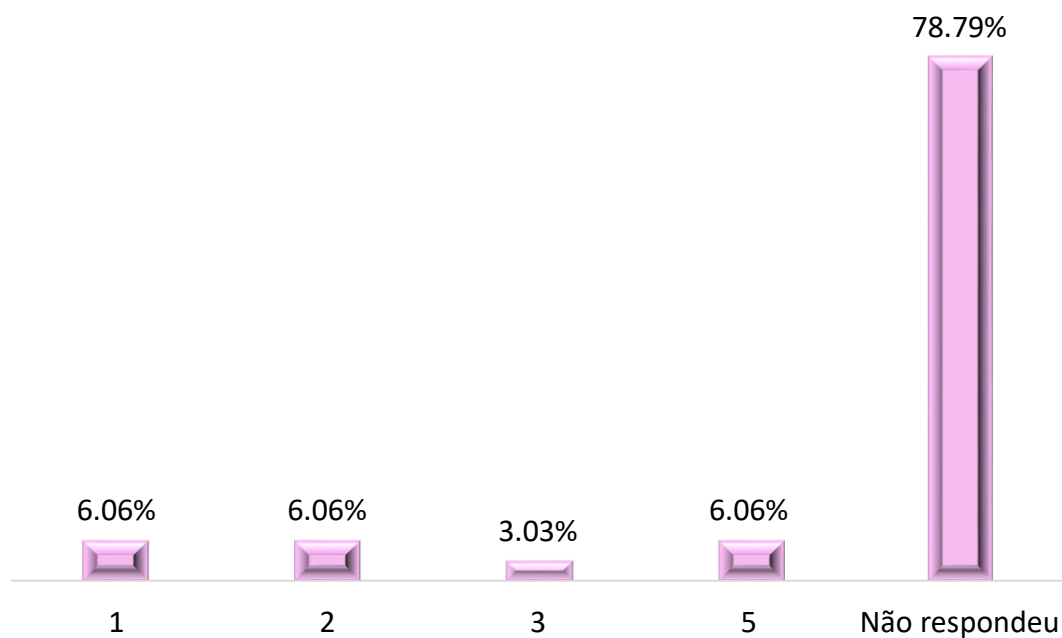


Gráfico 375 - Defina a prioridade de **Prazo Maior para Pagar** em valores numéricos de 1 a 5, onde 1 significa que o item é de MENOR importância para a competitividade de seus produtos e 5 o de MAIOR importância.

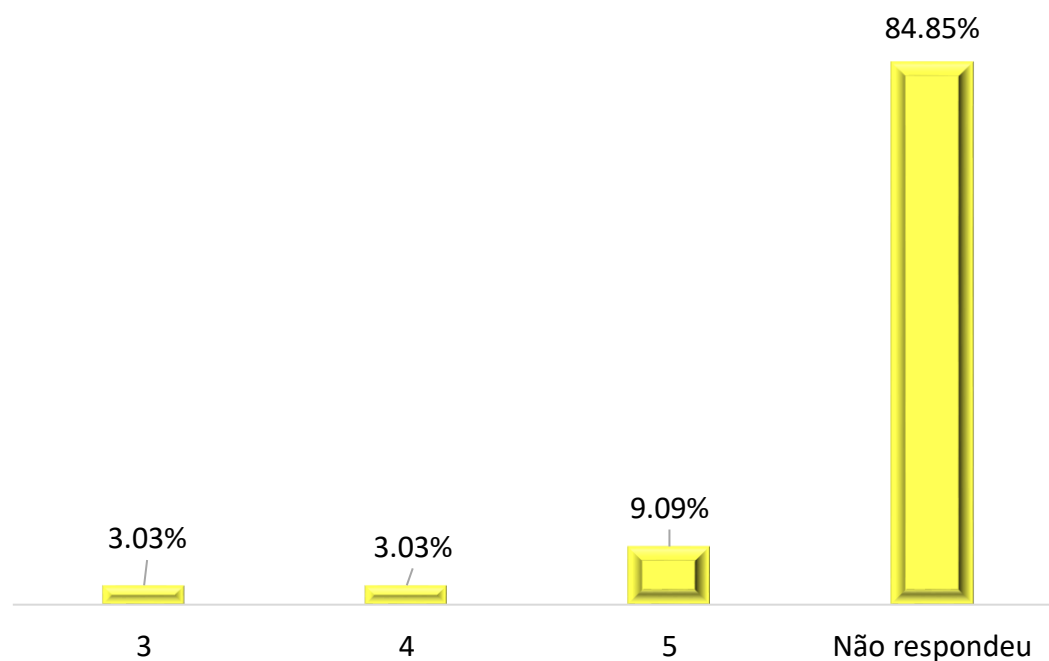


Gráfico 376 - Qual é a expectativa sobre o **comportamento do mercado nos próximos 5 anos?**

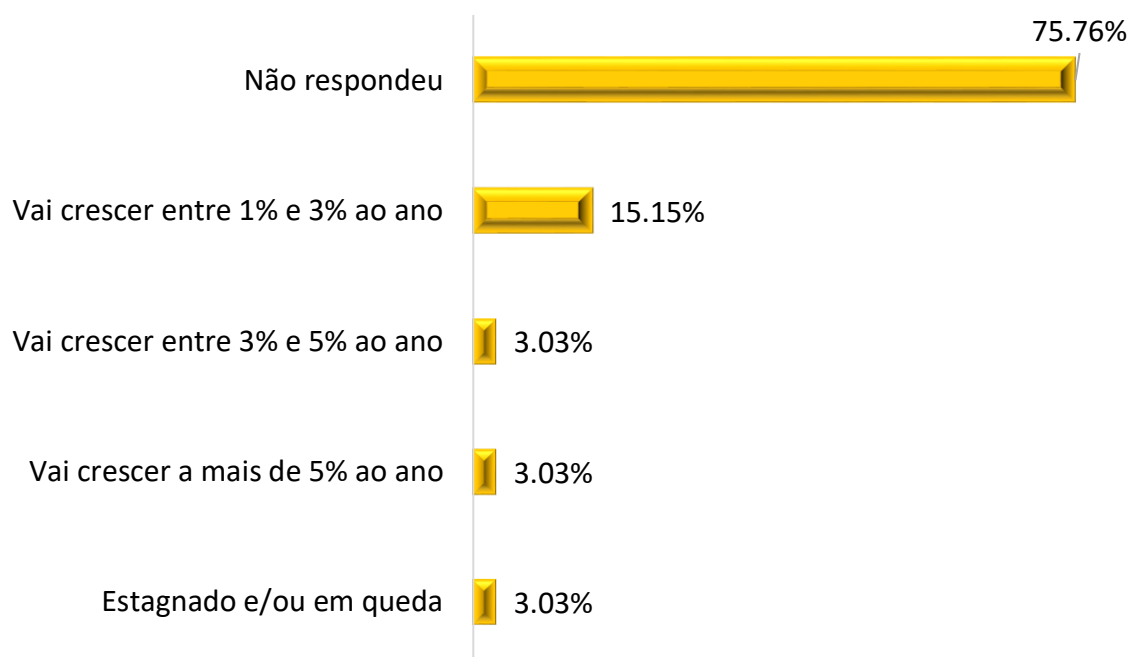


Gráfico 377 - Em relação a pergunta sobre a expectativa **do comportamento do mercado para os próximos 5 anos**, o que você considerou para formar a sua opinião/expectativa?



8. Concorrência

Gráfico 378 - Qual é a expectativas da empresa quanto à **evolução do nível de concorrência no mercado em que atua?**

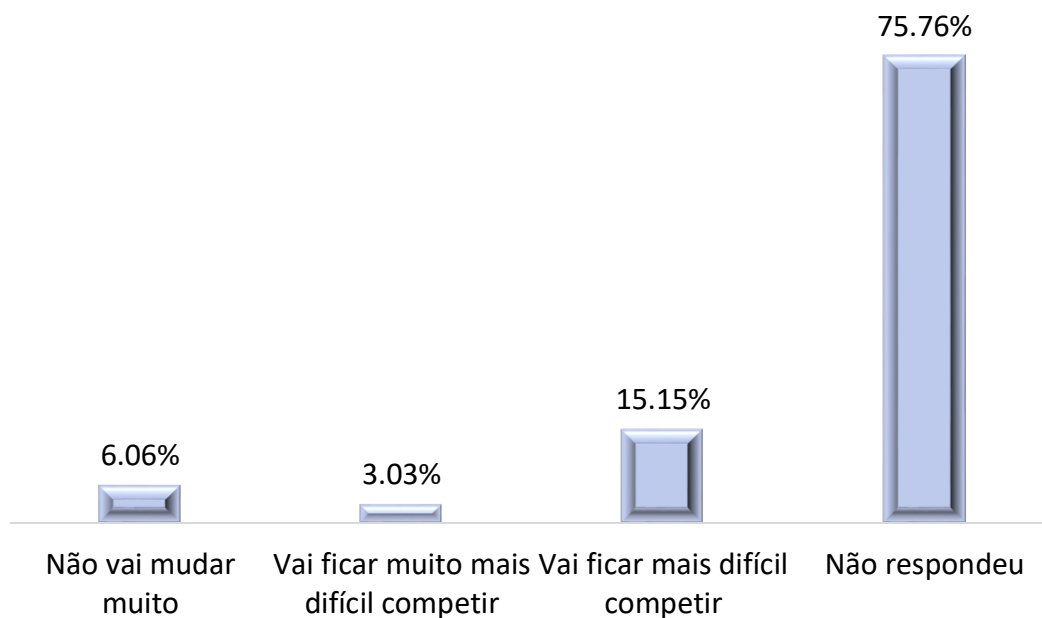


Gráfico 379 - Em relação a pergunta sobre a expectativas da empresa quanto à **evolução do nível de concorrência no mercado em que atua**, o que você considerou para formar a sua opinião/expectativa?

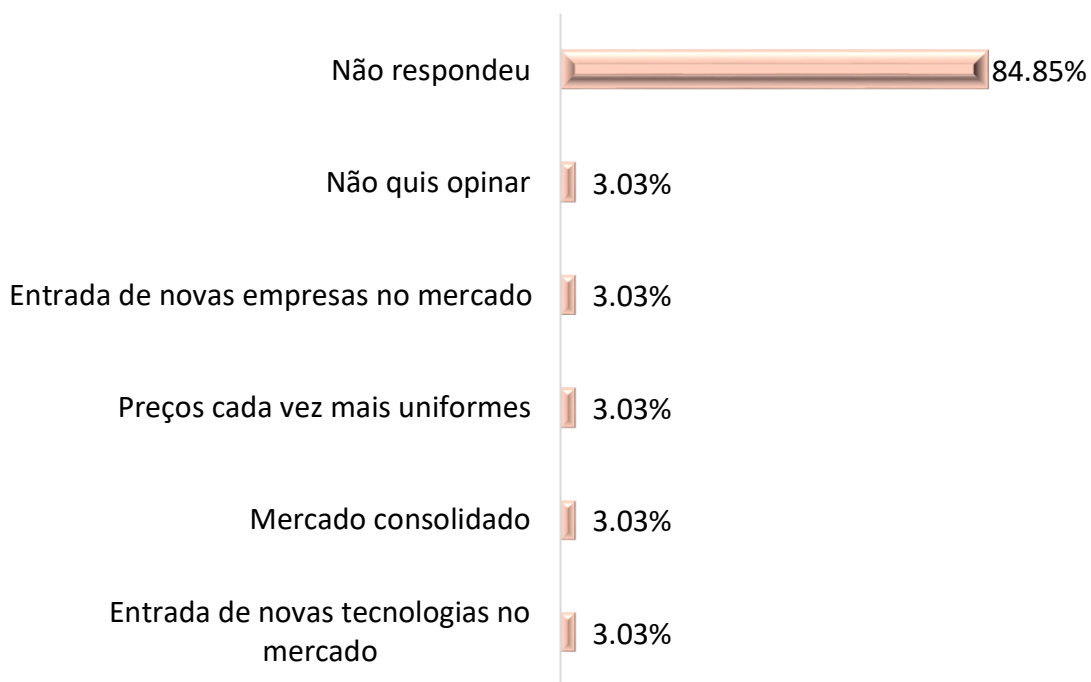
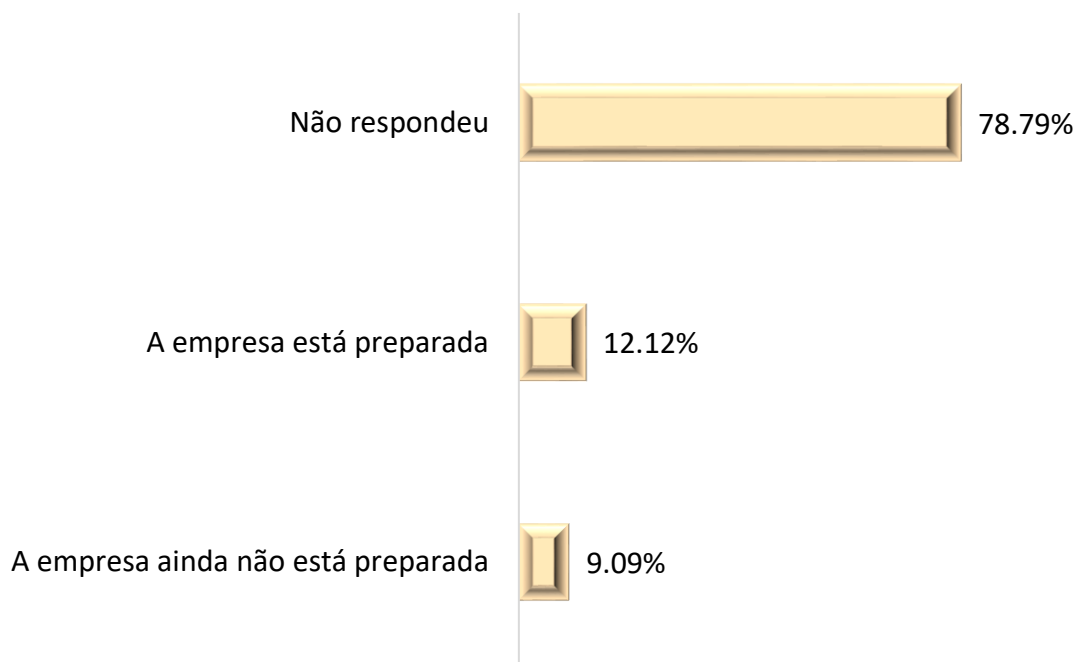


Gráfico 380 – A empresa se encontra **preparada para as mudanças do mercado que acham que vão ocorrer?**



9. Faturamento

Gráfico 381 - Como é a composição do faturamento da empresa?

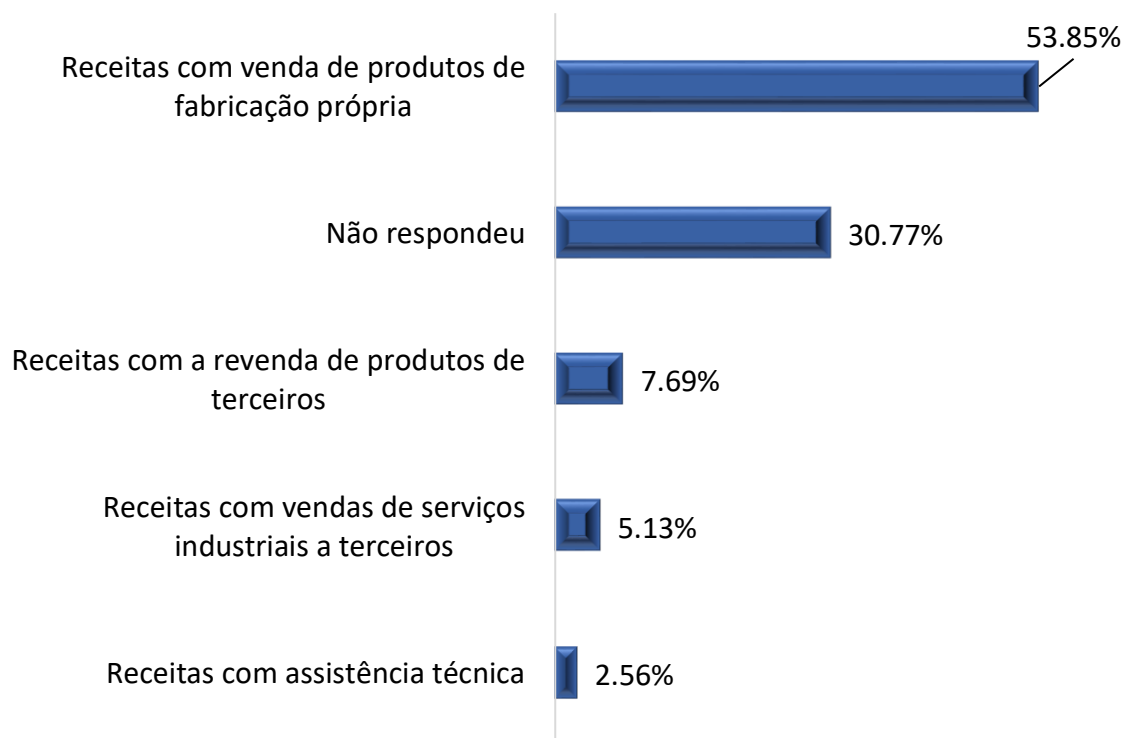


Gráfico 382 - Qual a porcentagem da composição do faturamento da empresa?

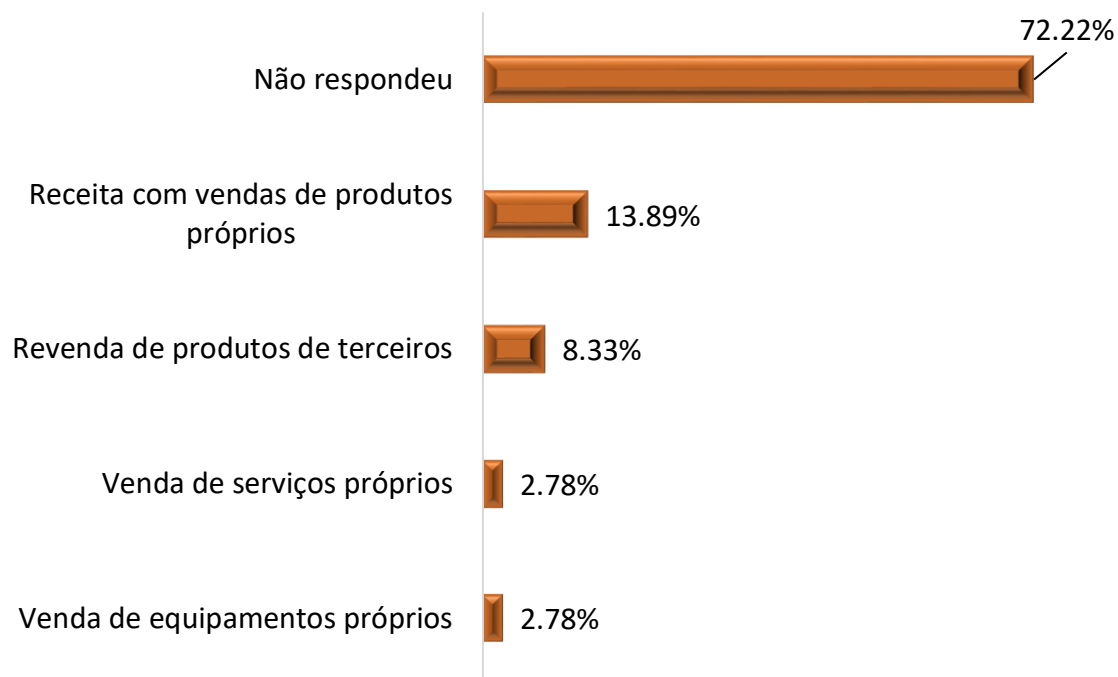


Gráfico 383 - Qual é faixa de receita anual da empresa?

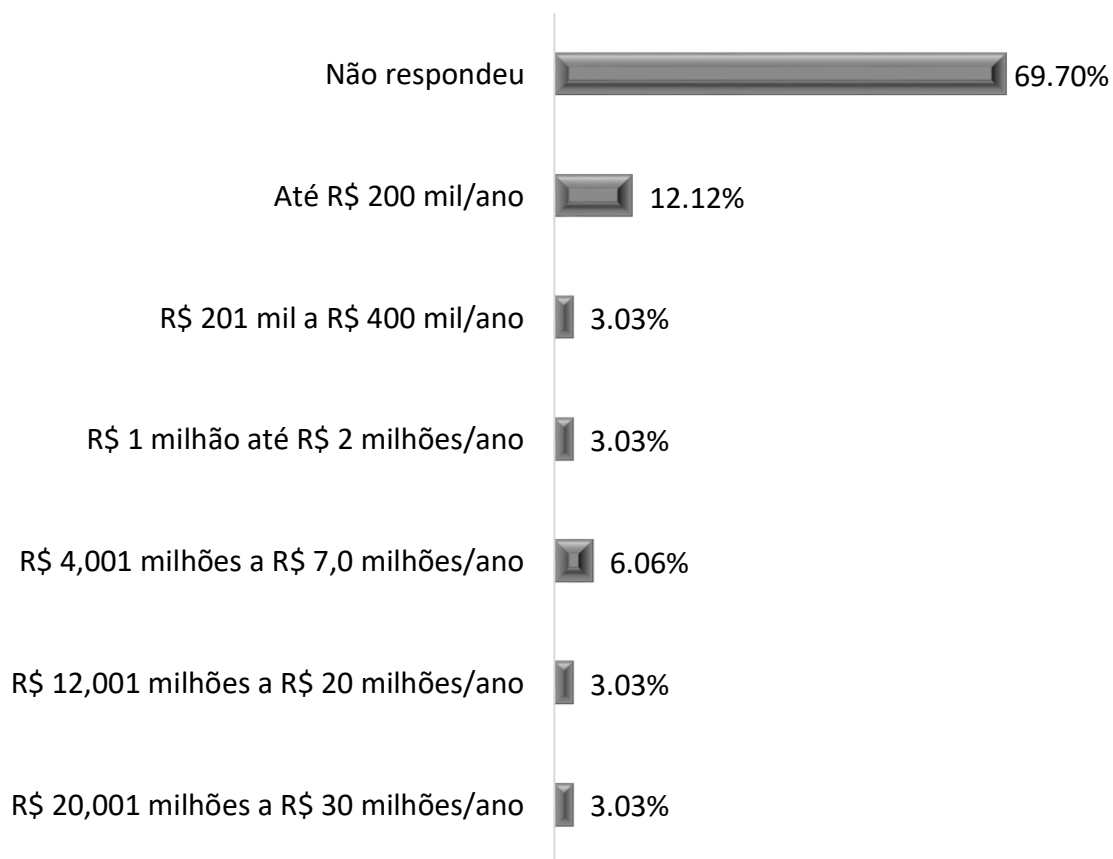


Gráfico 384 - Indique a distribuição percentual das receitas de vendas com produtos por região, estados e países.

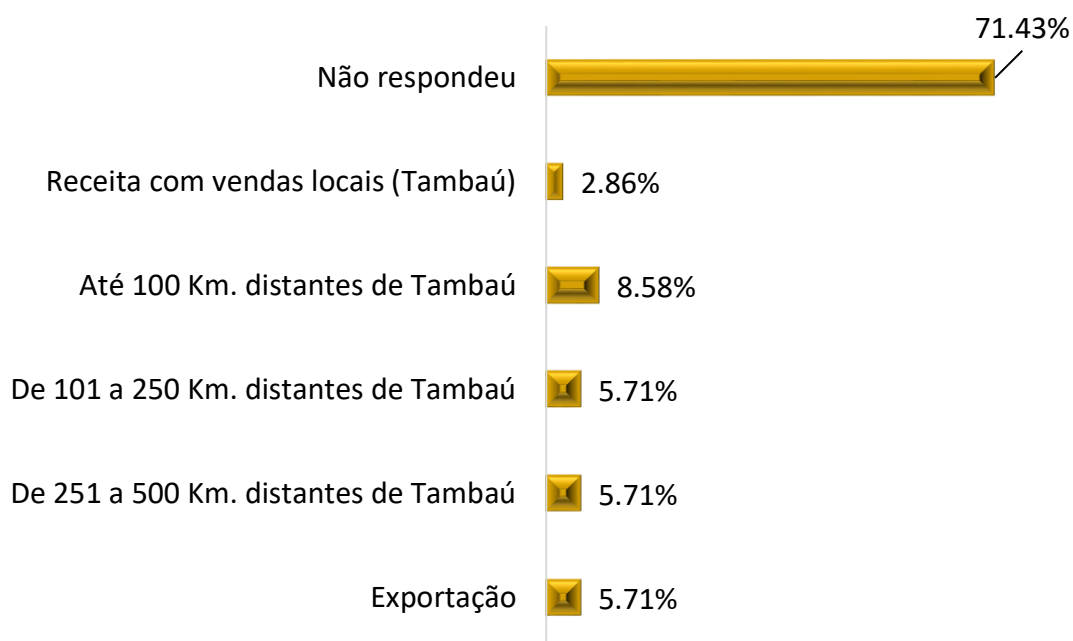


Gráfico 385 - Indique a distribuição percentual das receitas de vendas **com prestação de serviços de assistência técnica** por região, estados e países.

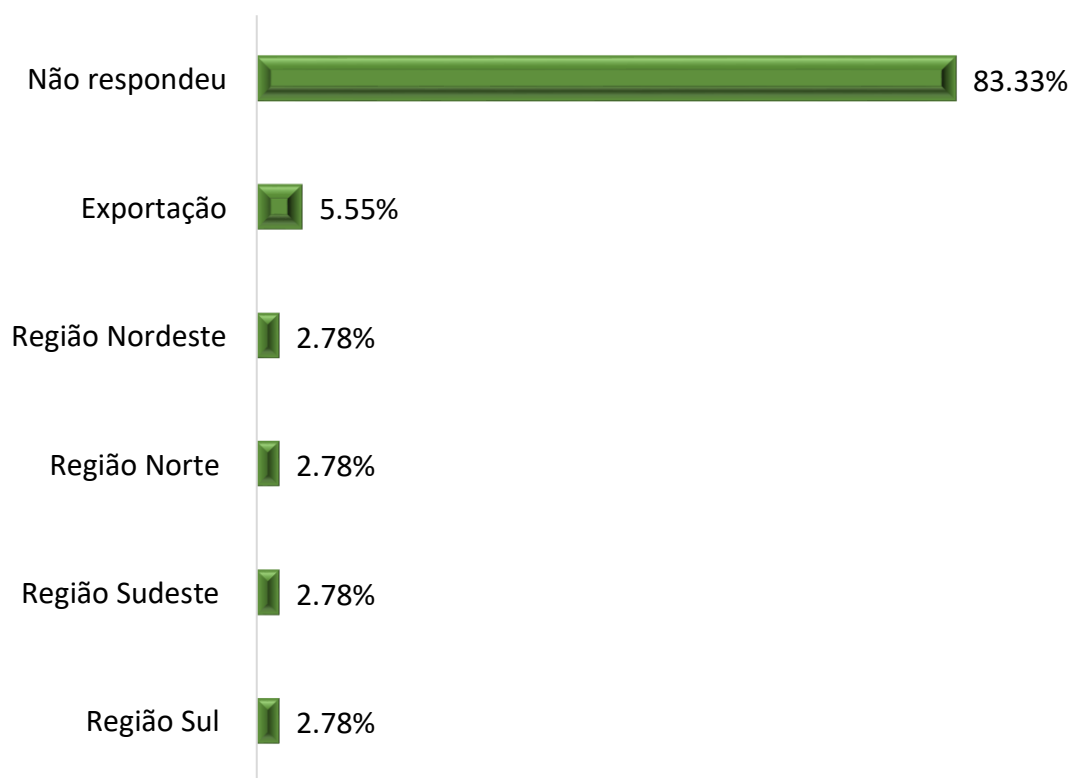


Gráfico 386 - Quais tipos de Canais de Comercialização são utilizados?

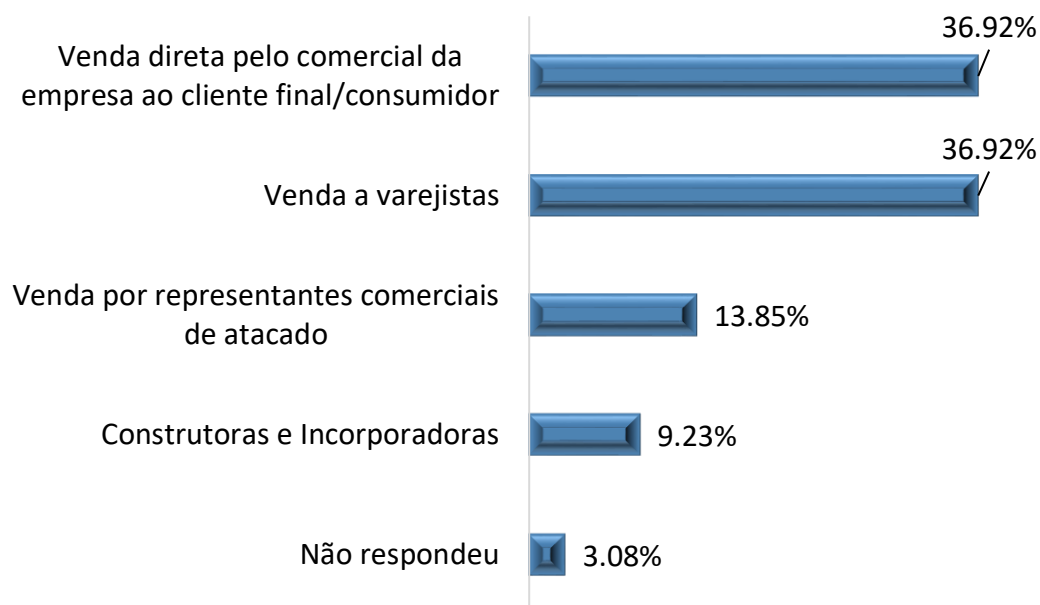
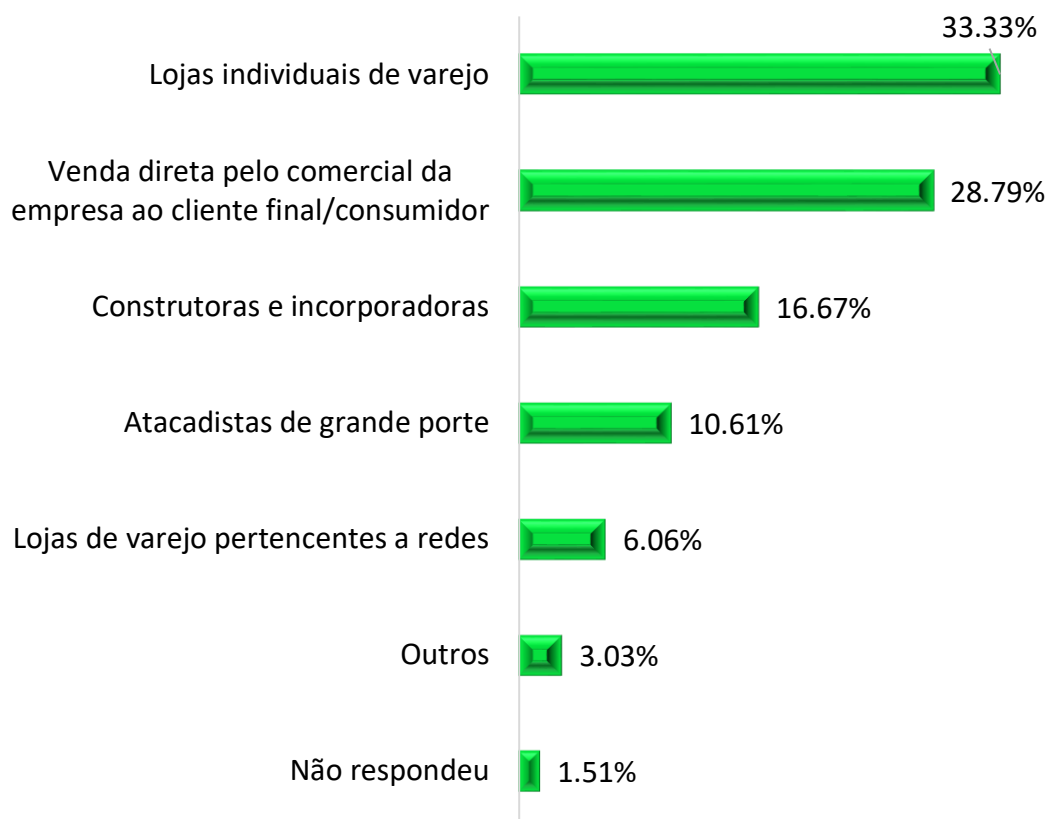


Gráfico 387 - Qual a Distribuição das Receitas de Vendas por Canal Comercial?



O item "outros" representa vendas pela internet e boutiques.

Gráfico 388 – Quais as receitas com Prestação de Serviço de Assistência Técnica por tipo de cliente (pessoa jurídica e pessoa física)?

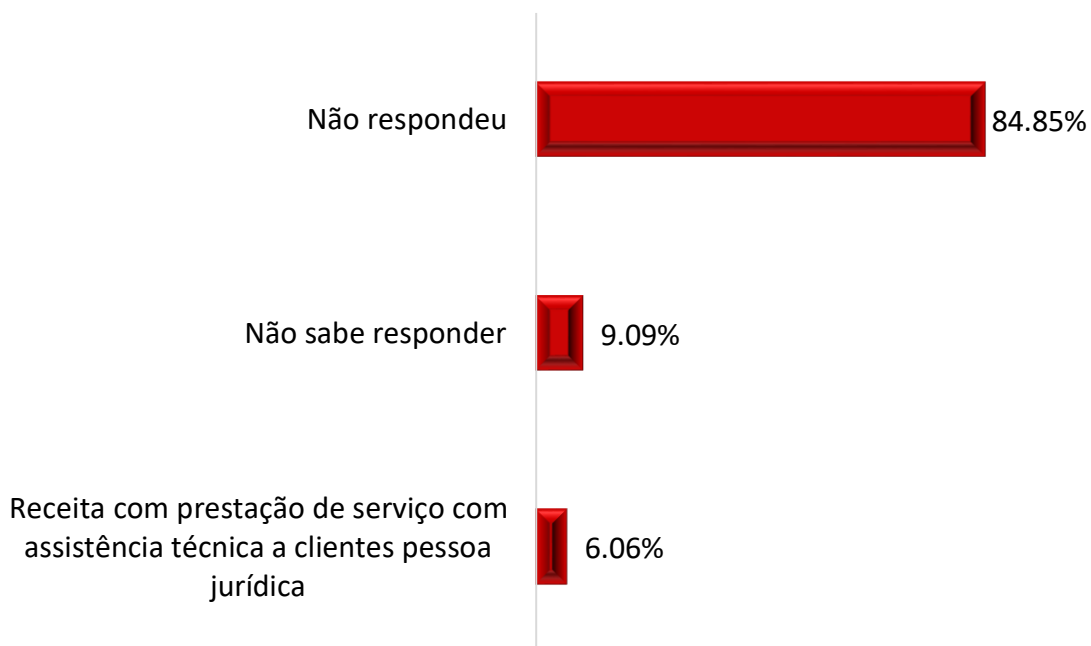
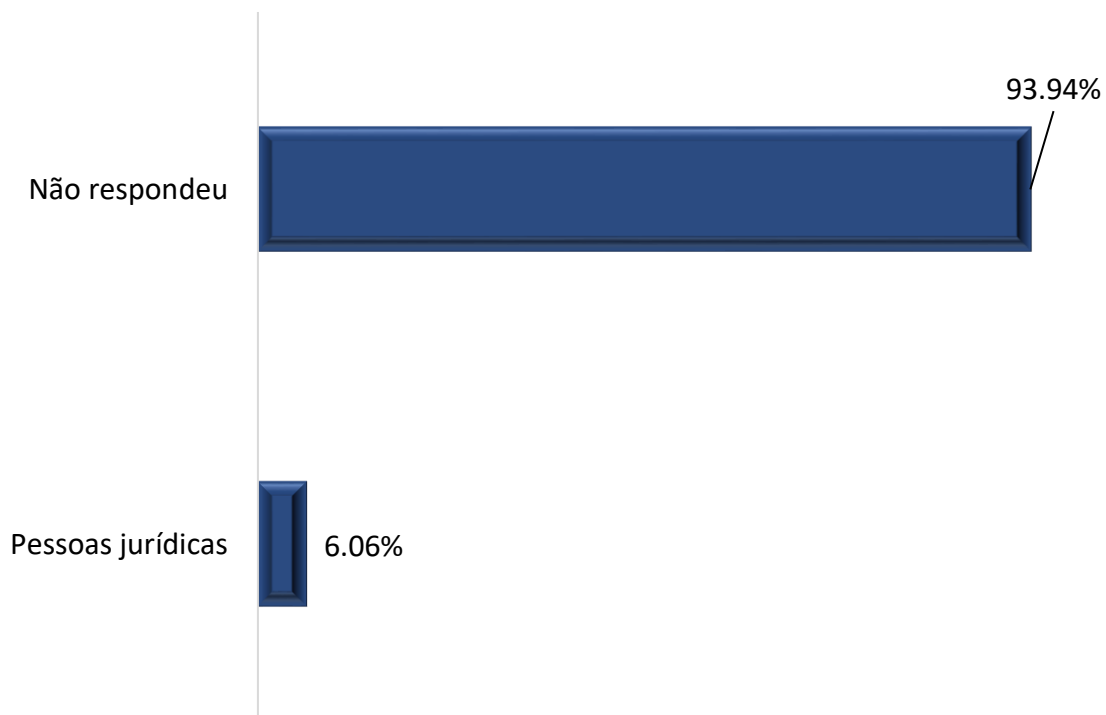


Gráfico 389 - Qual a Distribuição das Receitas por tipo de Cliente?



10. Investimentos

Gráfico 390 - A sua empresa pretende investir nos próximos 5 anos?

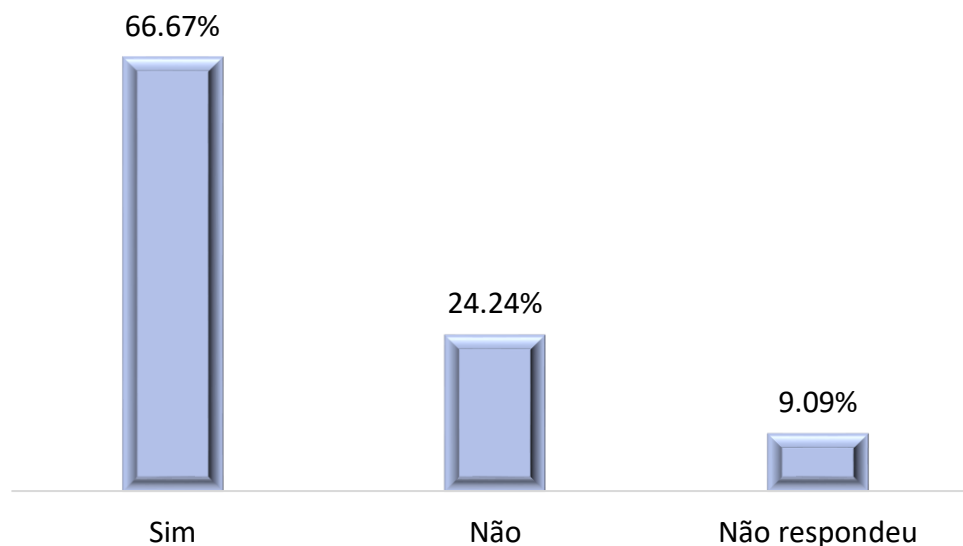


Gráfico 391 - Se a sua empresa pretende investir, quais os setores que serão realizados os Investimentos?



Gráfico 392 - Se a sua empresa pretende investir, quais os tipos de investimentos que serão realizados?

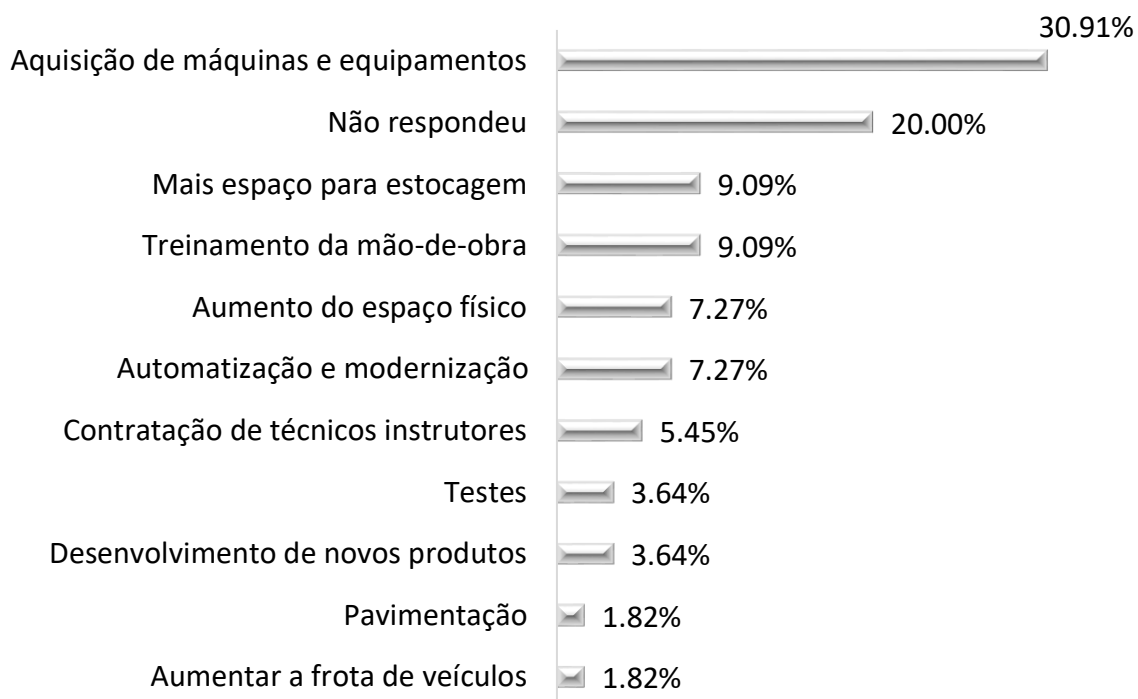
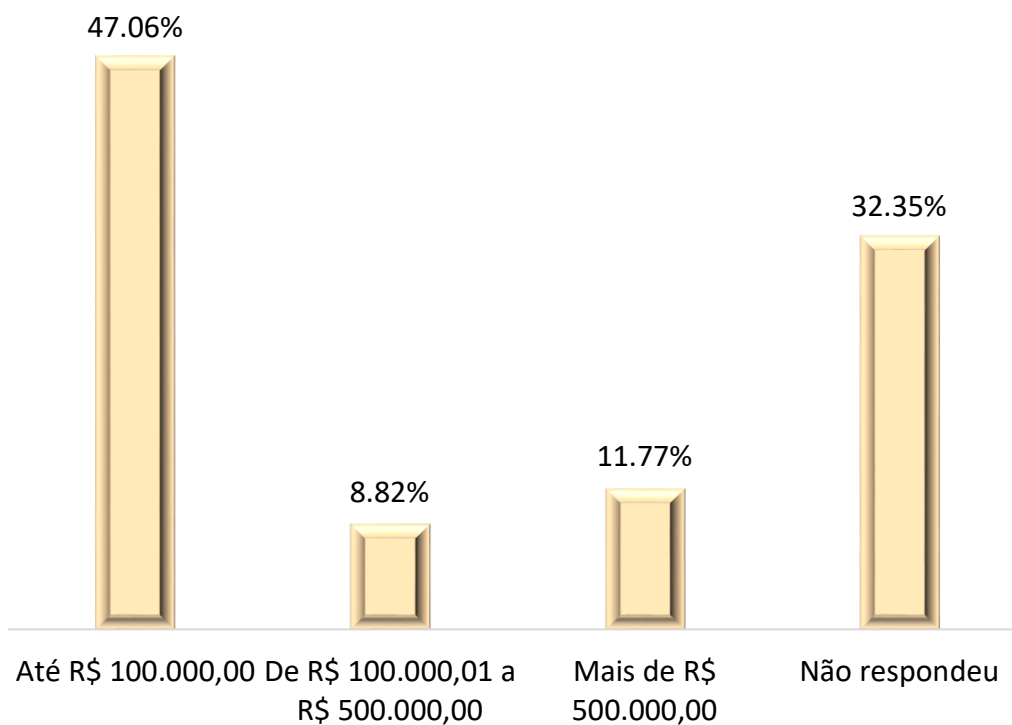


Gráfico 393 - Se a sua empresa pretende investir, quais as estimativas de valores (R\$) de Investimento?



11. Perspectivas do negócio

Gráfico 394 A - Como o (s) senhor (es) avaliam a situação geral das indústrias de Tambaú?

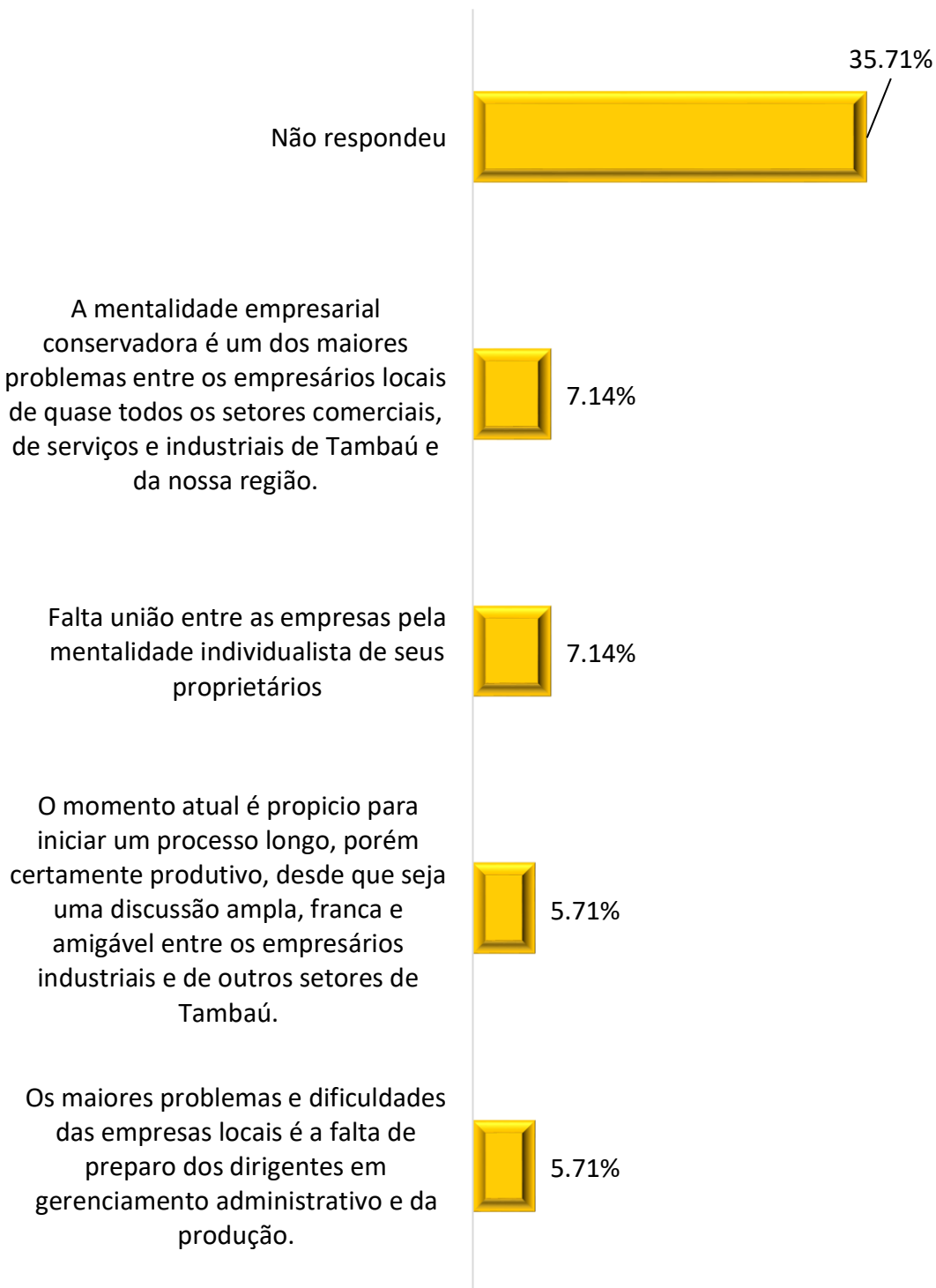


Gráfico 394 B - Como o (s) senhor (es) avaliam a situação geral das indústrias de Tambaú?

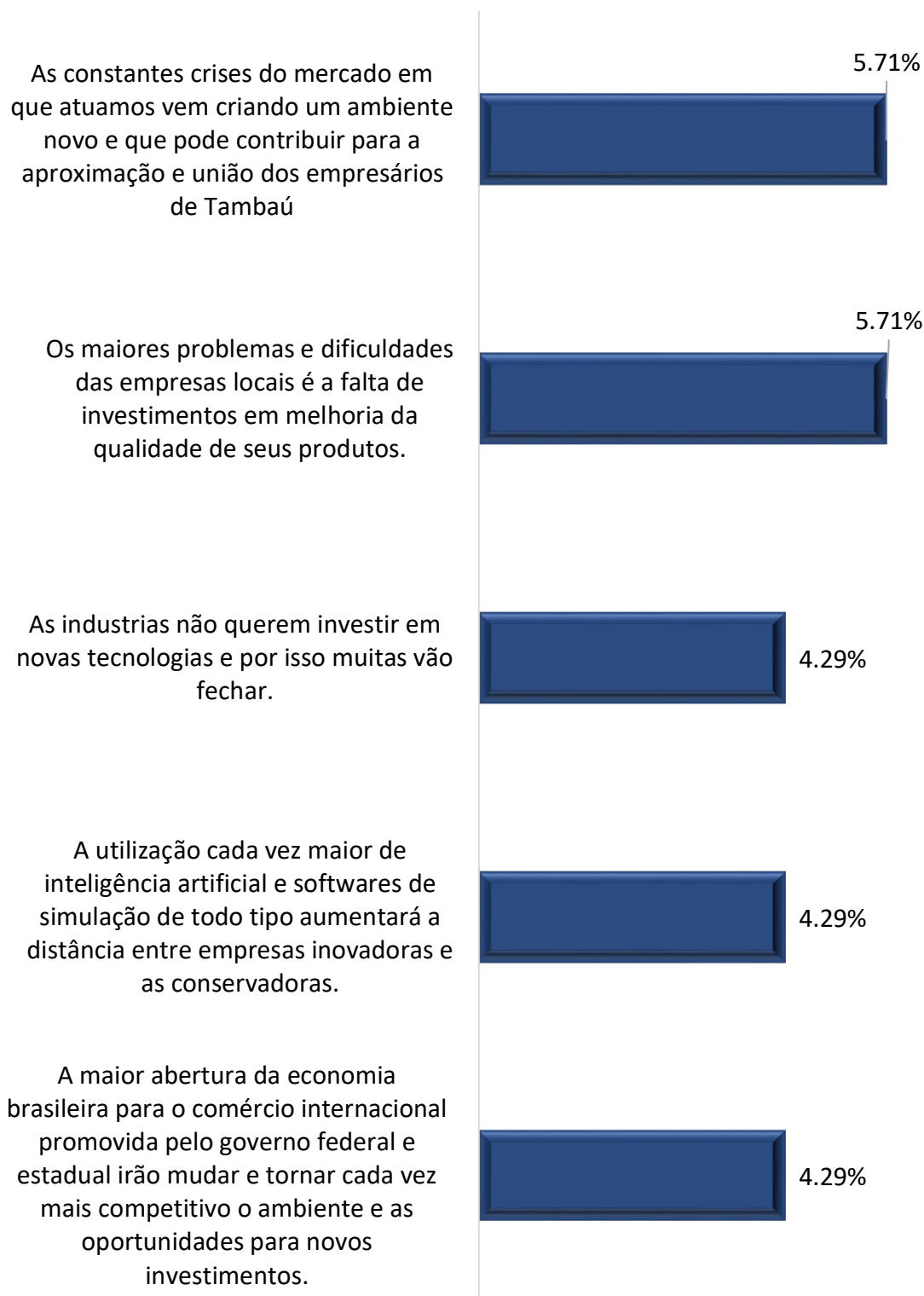


Gráfico 394 C - Como o (s) senhor (es) avaliam a situação geral das indústrias de Tambaú?

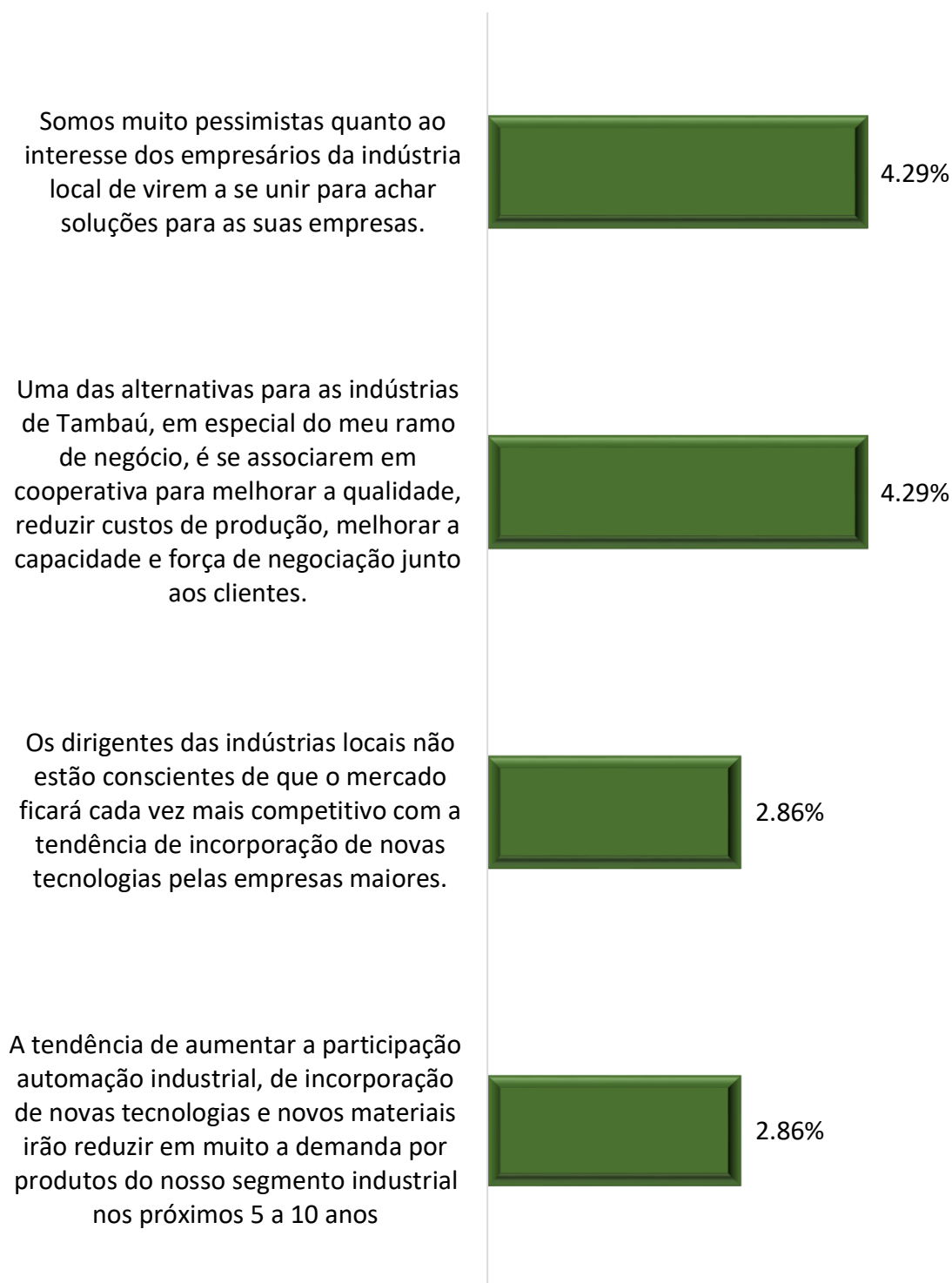
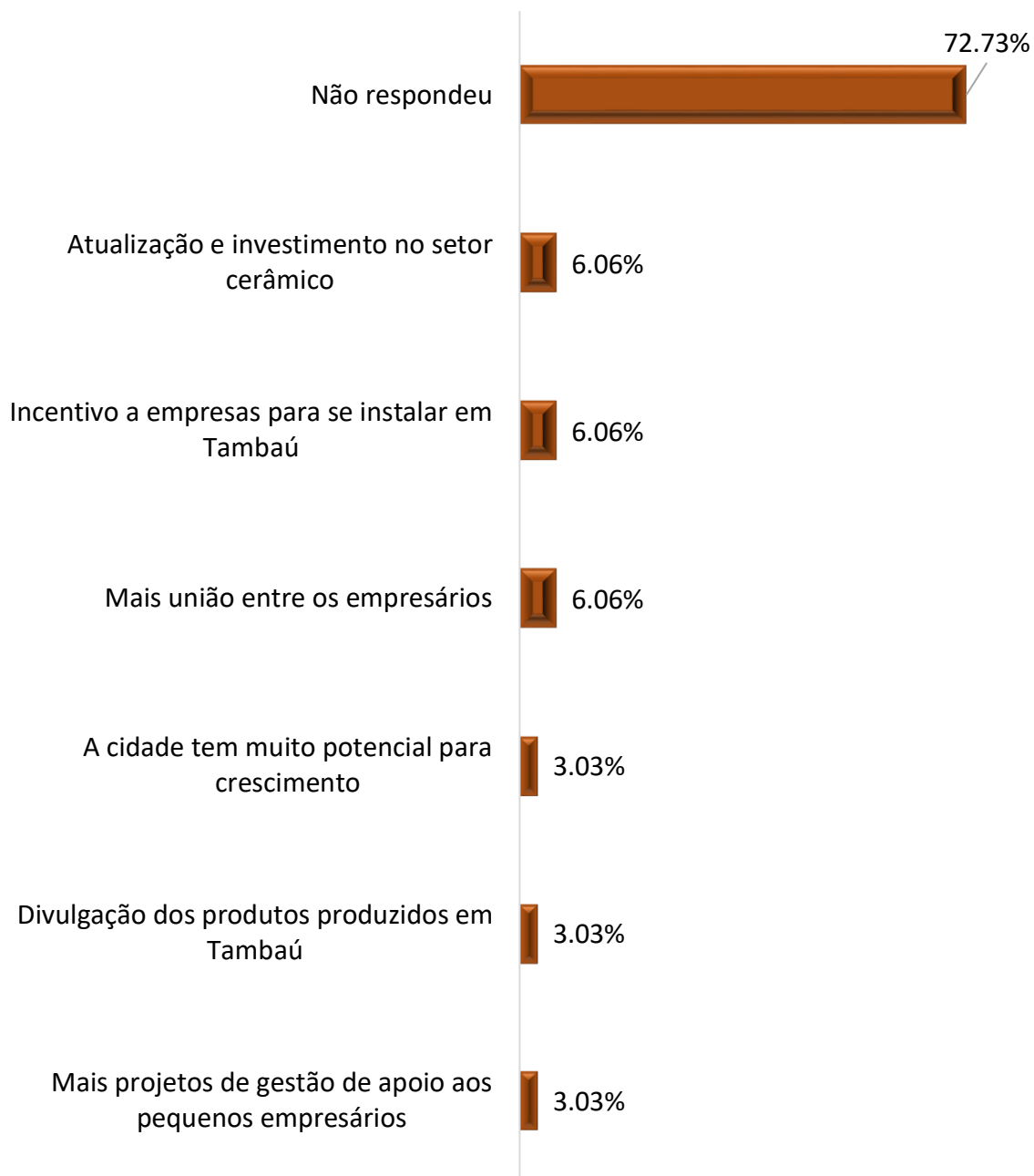


Gráfico 395 - Quais as sugestões para a ampliação do Setor Industrial de Tambaú?



12. Considerações finais

As principais econômicas mundiais se sustentam em três pilares, assim como a economia do Brasil. Esses pilares são o setor industrial, a agricultura e o setor terciário, de comércio, serviços e turismo.

Apesar da economia do país ser bem dividida, a Indústria está fortemente ligada a vetores da economia como a geração de empregos, o câmbio, os investimentos, e ao comércio exterior.

O setor industrial tem sido um termômetro da nossa economia. Se o setor vai mal a economia sofre e junta com ela toda a população pelos resultados que ela apresenta no dia a dia, por outro lado se ela vai bem, a prosperidade se manifesta em todos os setores.

Gerando empregos e com uma grande importância no desenvolvimento econômico, o setor industrial tem destaque na construção do PIB nacional e também nas relações internacionais, tornando assim os processos de importação de matérias primas e exportação de produtos manufaturados parte essencial do desenvolvimento do país.

A industrialização dos municípios é parte fundamental do desenvolvimento econômico local, uma vez que os processos de produção exigem cada vez mais procedimentos inovadores, tecnologia, mudança social e uma mão de obra cada vez mais escolarizada e qualificada.

A medida que a Indústria se qualifica para o mercado principalmente em um mercado cada vez mais competitivo, é exigido que os municípios se qualifiquem com Escolas Técnicas, Universidades, Cursos de formação e especialização da mão de obra, políticas públicas de incentivos à instalação de novas empresas, desenvolvimento da cadeia produtiva, e este fenômeno acaba por proporcionar o impulsionamento da cidade para um patamar mais interessante no que se refere à emprego e renda.

A atual tendência das Indústrias para o que está sendo denominado Indústria 4.0 pede por novas tecnologias trazendo inúmeras oportunidades para a agregação de valor aos clientes e aumento de produtividade de processos e grandes resultados.

Com o atual momento econômico que estamos vivendo o setor da indústria tem feito a sua parte neste período mais difícil da economia do país. Em todo território, mostrou solidariedade e velocidade na resposta, realizando ajustes rápidos em linhas de produção com objetivo de atender as necessidades da população.

O Inventário da Indústria tem por objetivo entender o perfil da Indústria local, suas demandas não atendidas e os desafios que cada uma tem para o crescimento econômico do setor. Com base nestes dados o Projeto Tambaú 2050 poderá estabelecer ações concretas de fomento e estruturação do Setor.



PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Associação Comercial e Empresarial de Tambaú

Agência de Desenvolvimento Regional Leste Paulista e Sul de Minas

SETEMBRO 2020

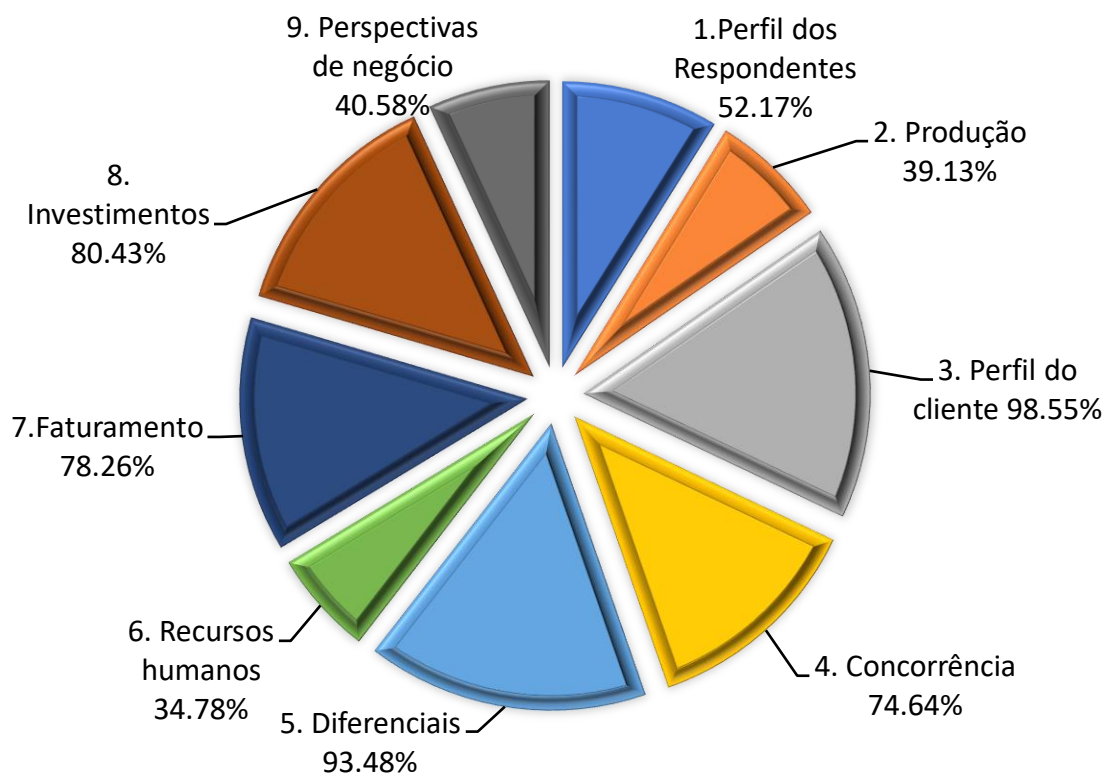
1. Quadro geral de respostas

A tabela 19 e gráfico 396 representam o número de respondentes e o correspondente percentual. Ressaltamos o tema “Perfil do cliente” que teve a maior participação de respostas com 98,55%, o que pode significar a maior preocupação dos empresários neste momento. E na sequência, pode-se ver que “Diferenciais” é a segunda maior preocupação, seguida de “Investimentos”, “Faturamento”, “Concorrência”, “Perspectivas de negócio”, “Produção” e “Recursos humanos”. O “Perfil dos respondentes” não está sendo considerado aqui como uma preocupação dos consumidores, uma vez que está ligado às características desta amostra. Foram obtidas 138 respostas válidas. Não houve resposta desconsiderada.

Tabela 19 – Percentual de Participantes dos Temas

Temas	No. de municípios que participaram	Porcentagem de municípios que participaram
1. Perfil dos respondentes	72	52,17%
2. Produção	54	39,13%
3. Perfil do cliente	136	98,55%
4. Concorrência	103	74,64%
5. Diferenciais	129	93,48%
6. Recursos humanos	48	34,78%
7. Faturamento	108	78,26%
8. Investimentos	111	80,43%
9. Perspectivas de negócios	56	40,58%

Gráfico 396 – Percentual de Participantes dos Temas



2. Perfil dos respondentes

Gráfico 397 – Ano de Fundação da empresa

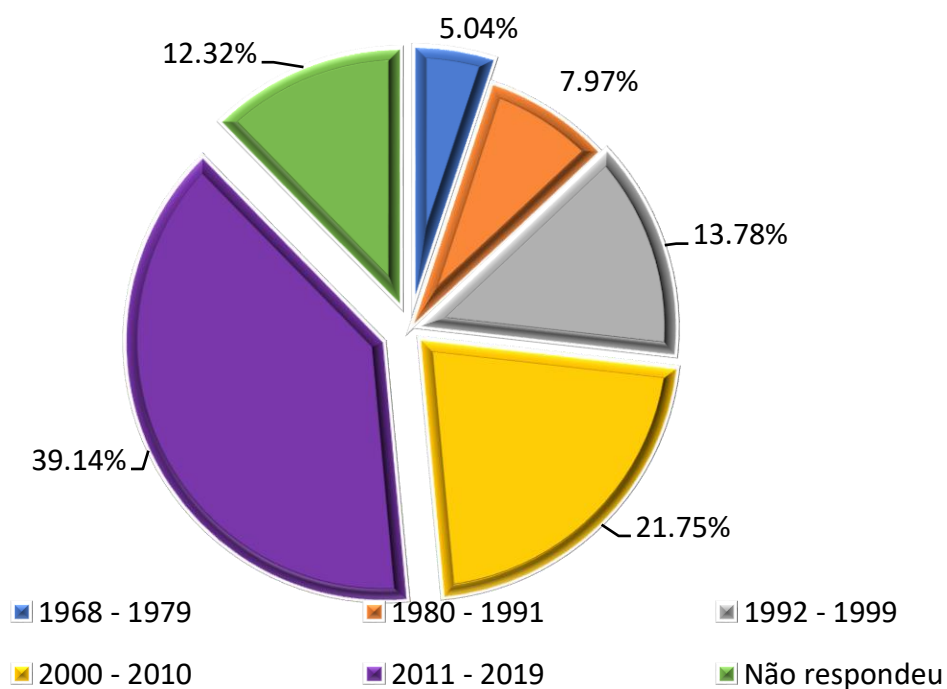


Gráfico 398 – Classificação CNAE:

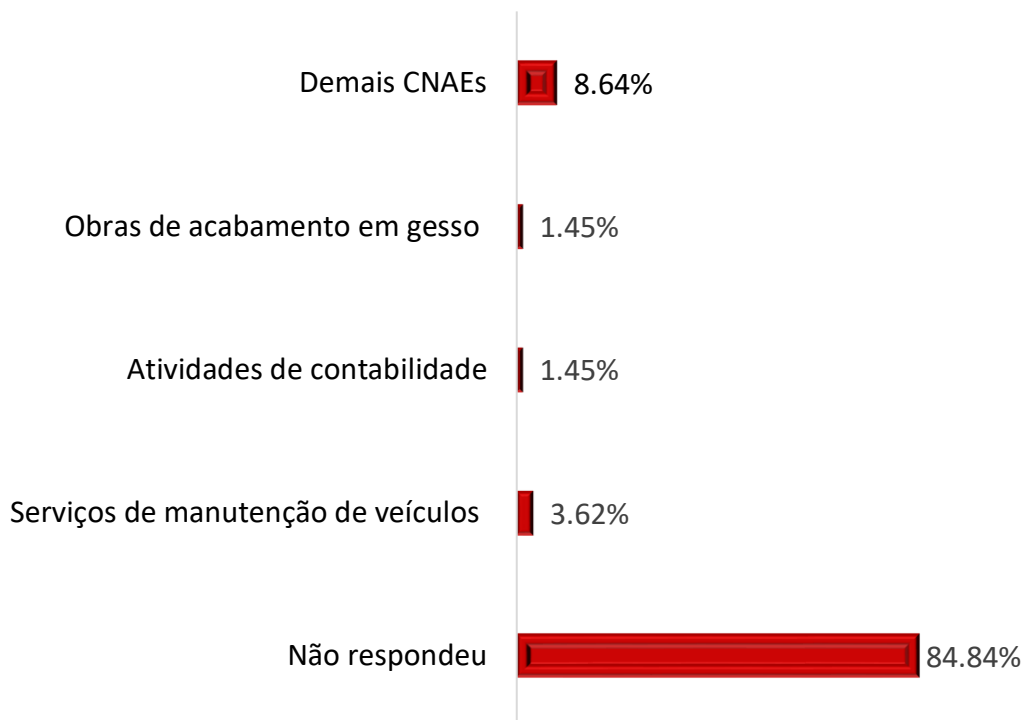


Gráfico 399 - Qual é o capital social (R\$) da empresa?

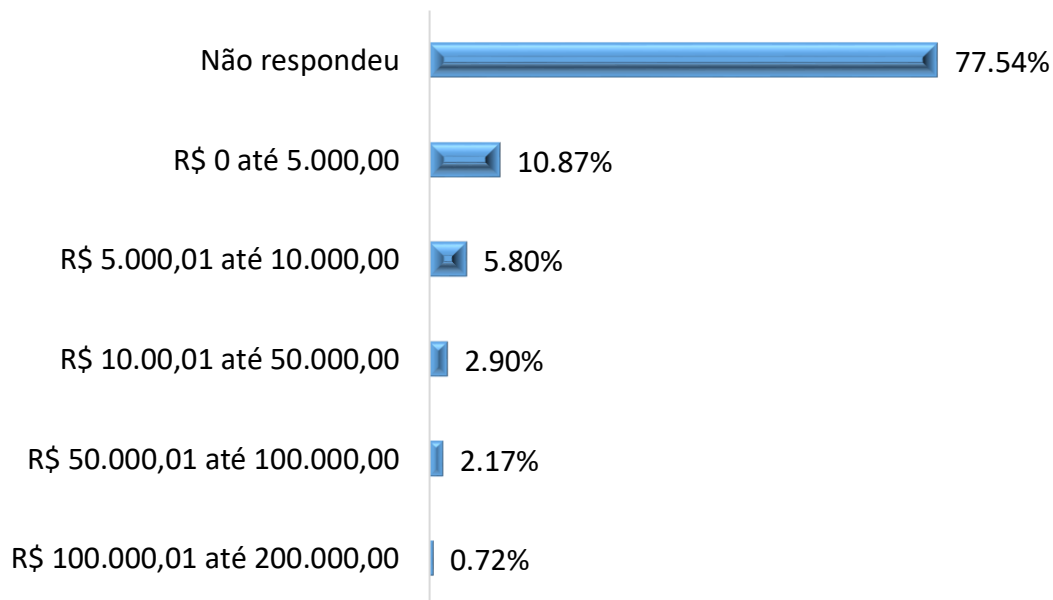


Gráfico 400 - Qual é o número de sócio (s) da empresa?

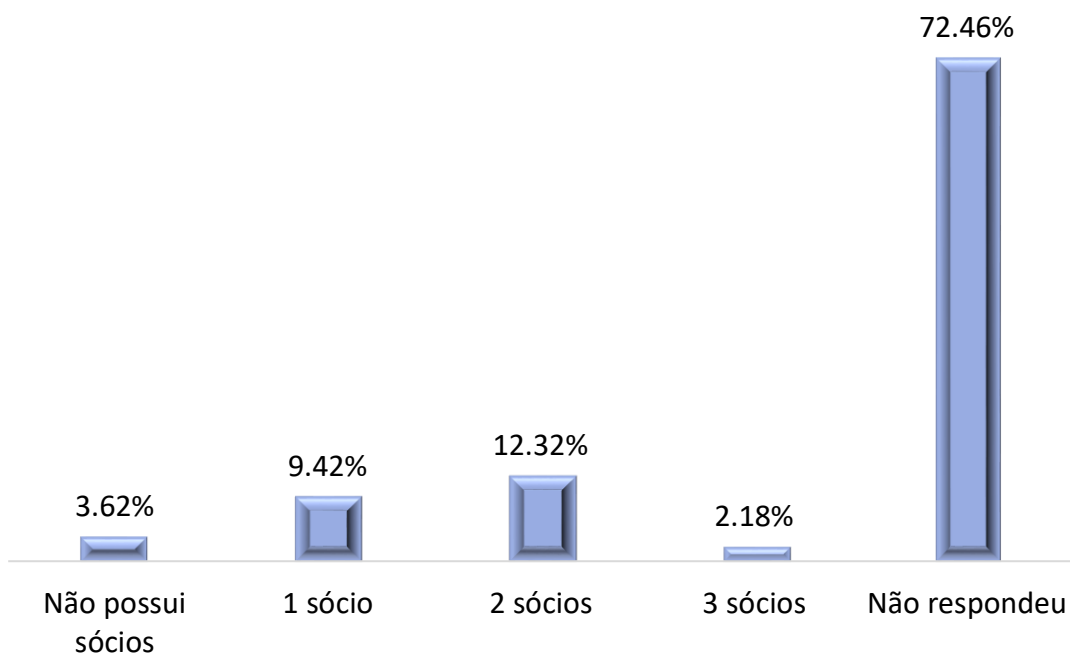


Gráfico 401 - Qual a origem do capital (R\$), podendo ser nacional e estrangeiro da empresa?

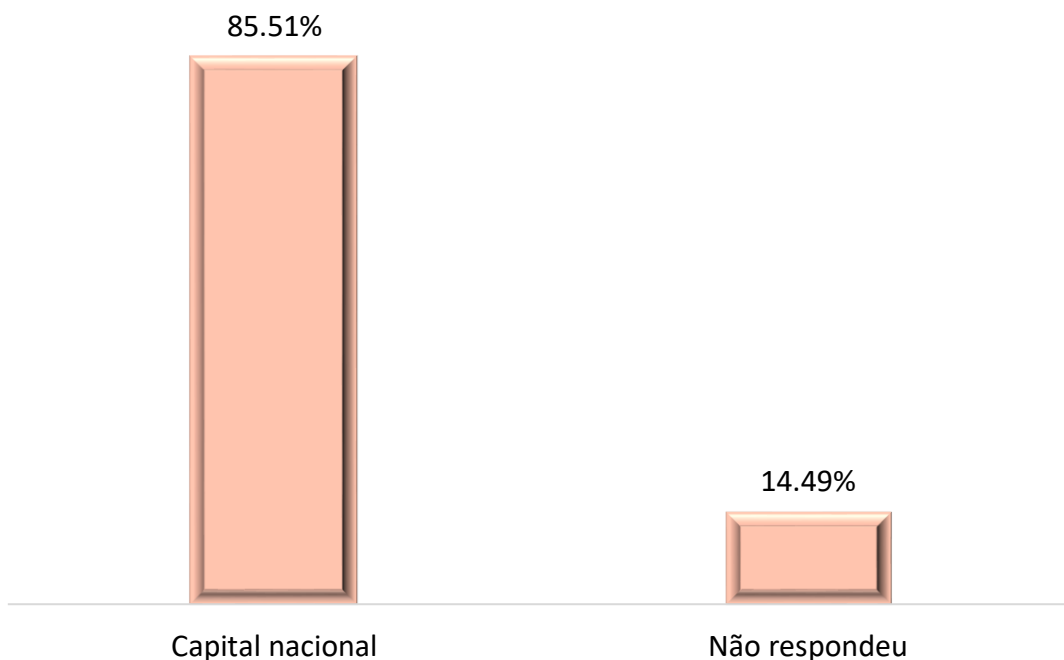


Gráfico 402 - Se tem participação de capital estrangeiro, indique o país de origem.

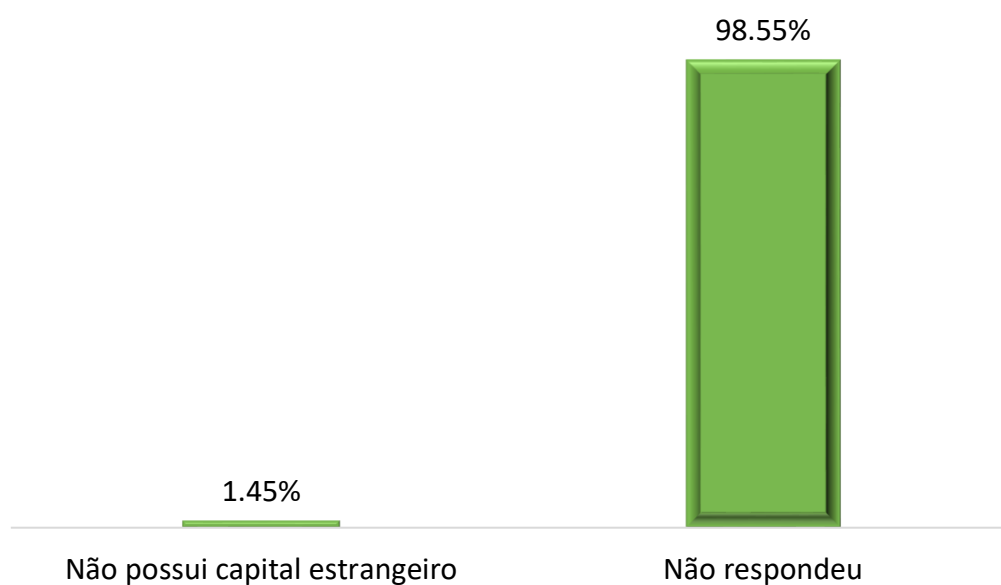
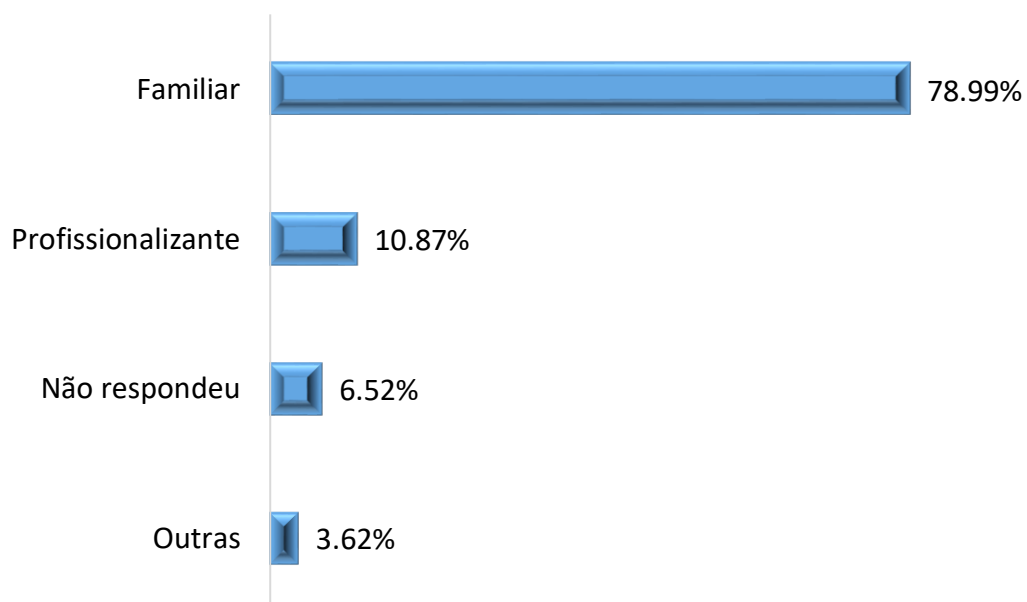


Gráfico 403 - Qual o tipo da empresa?



O item "outras" representa profissional liberal, prestador de serviços, serviços de consultoria e consultório odontológico.

3. Produção

Gráfico 404 - A empresa fabrica algum produto além de vender e prestar serviços?

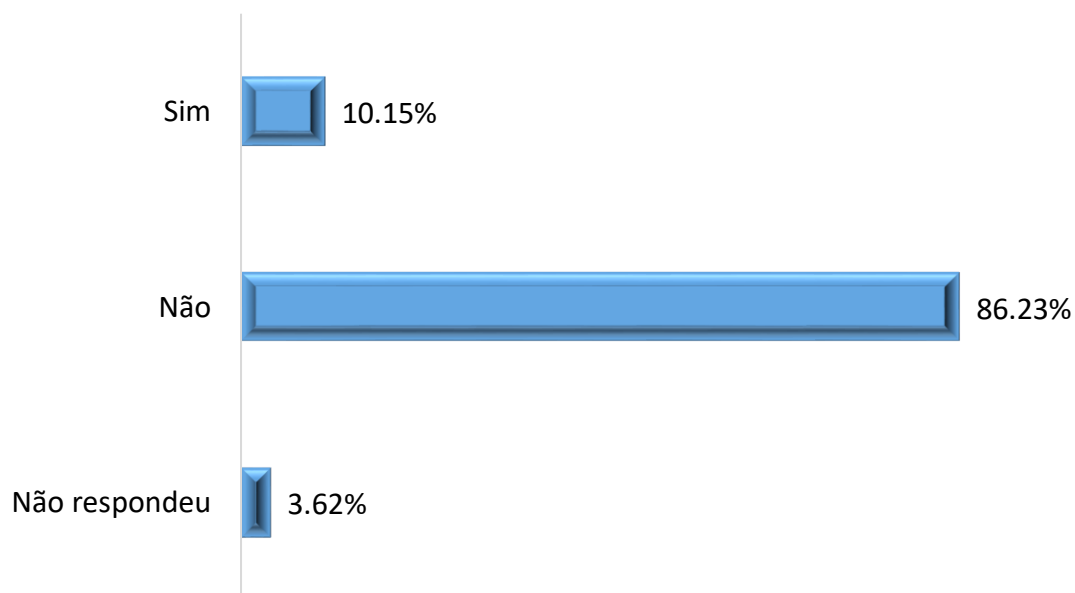


Gráfico 405 - Dos produtos que a empresa fabrica, como são feitos?

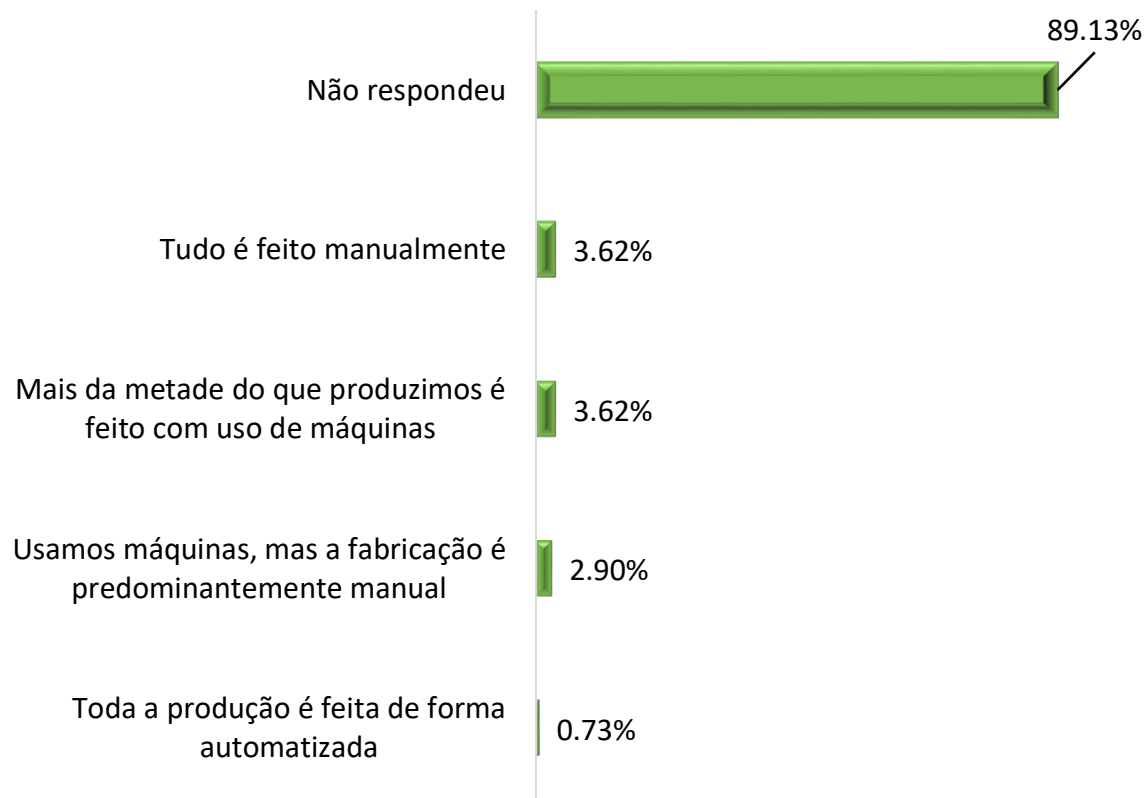
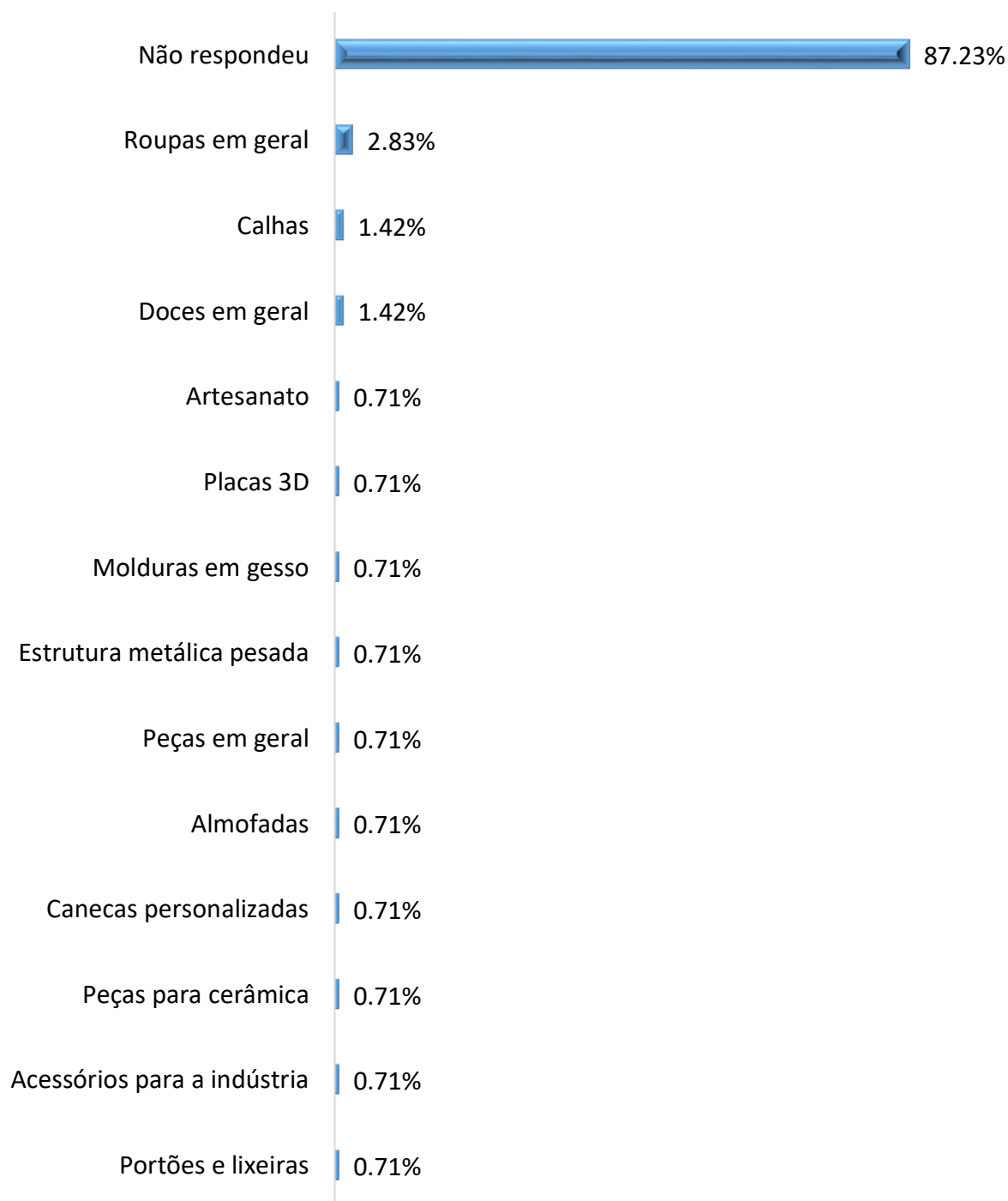
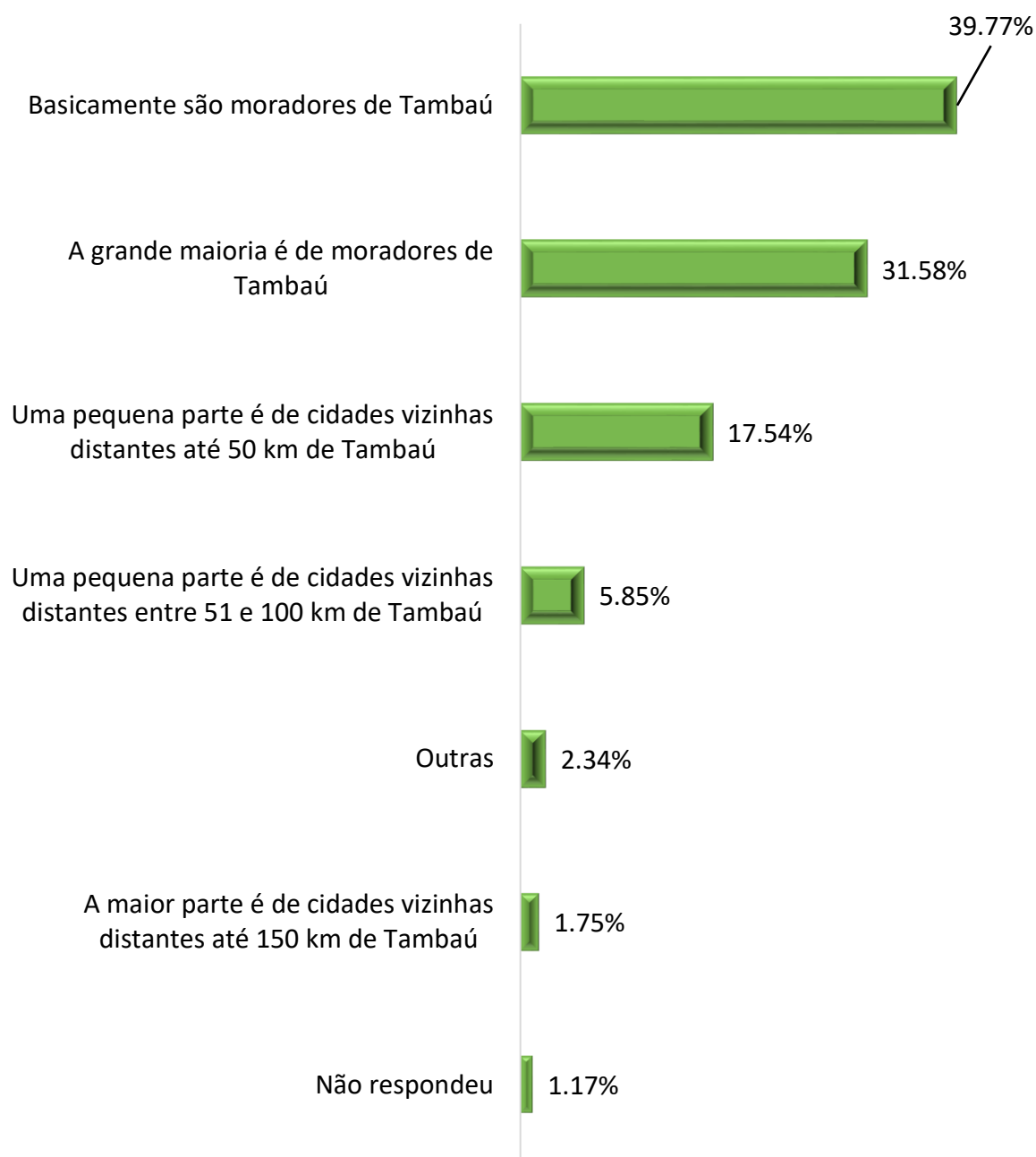


Gráfico 406 - Liste o nome dos principais produtos que fabrica:



4. Perfil do cliente

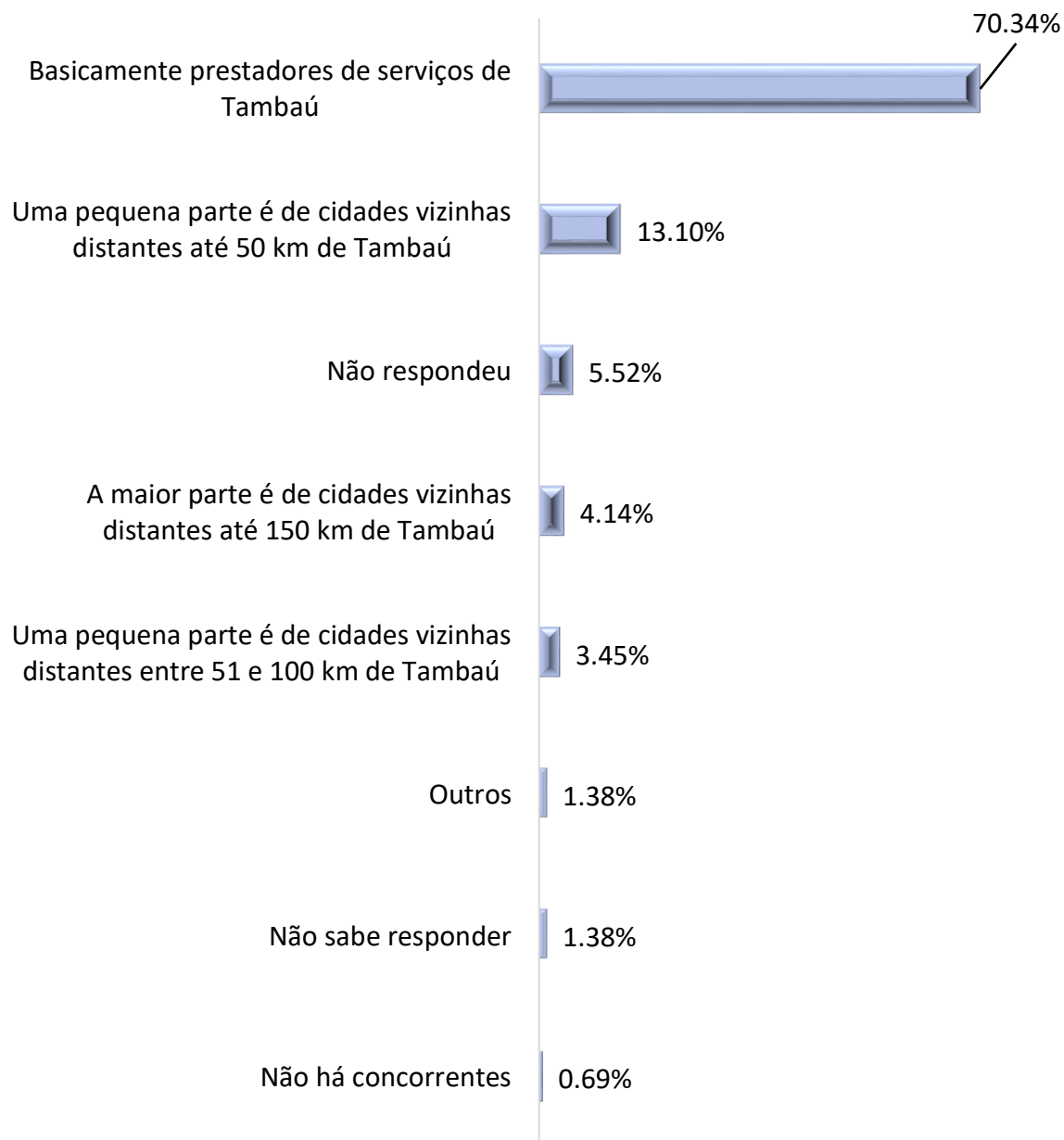
Gráfico 407 - Qual é a origem dos seus clientes?



O item “outras” representa clientes exclusivamente de Tambaú, São Paulo, Rio de Janeiro e cidade distantes com mais de 150 Km. de Tambaú.

5. Concorrência

Gráfico 408 - Onde estão os seus concorrentes mais importantes?



O item “outros” representa todas as cidades e mais as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

Gráfico 409 - Qual é o nível da concorrência do segmento composto basicamente por **pequenas empresas de serviços** do seu negócio em Tambaú?

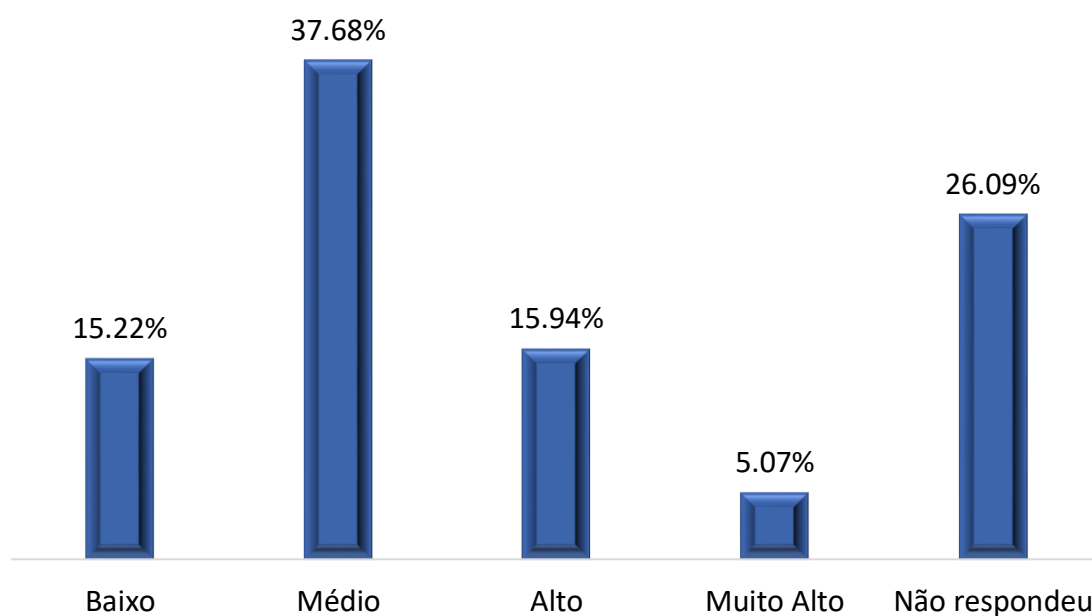


Gráfico 410 - Qual é o nível da concorrência do segmento por uma mescla de **pequenas e médias empresas** de serviços do seu negócio em Tambaú?

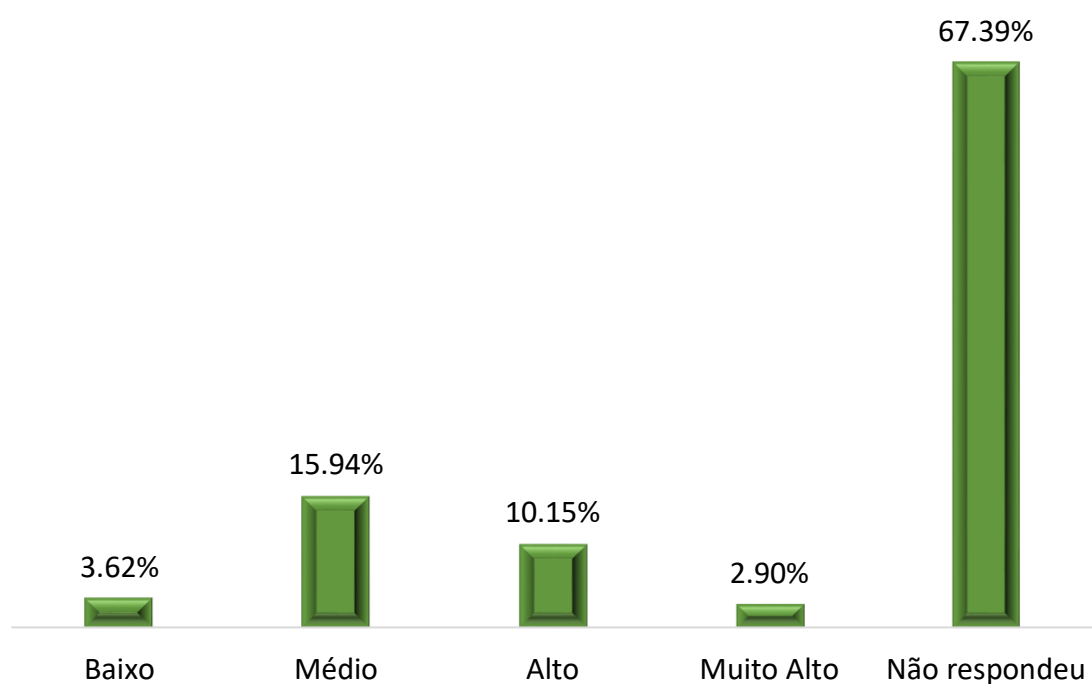


Gráfico 411 - Qual é o nível da concorrência do segmento por **uma mescla de muitas pequenas e médias empresas e algumas grandes** do seu negócio em Tambaú?

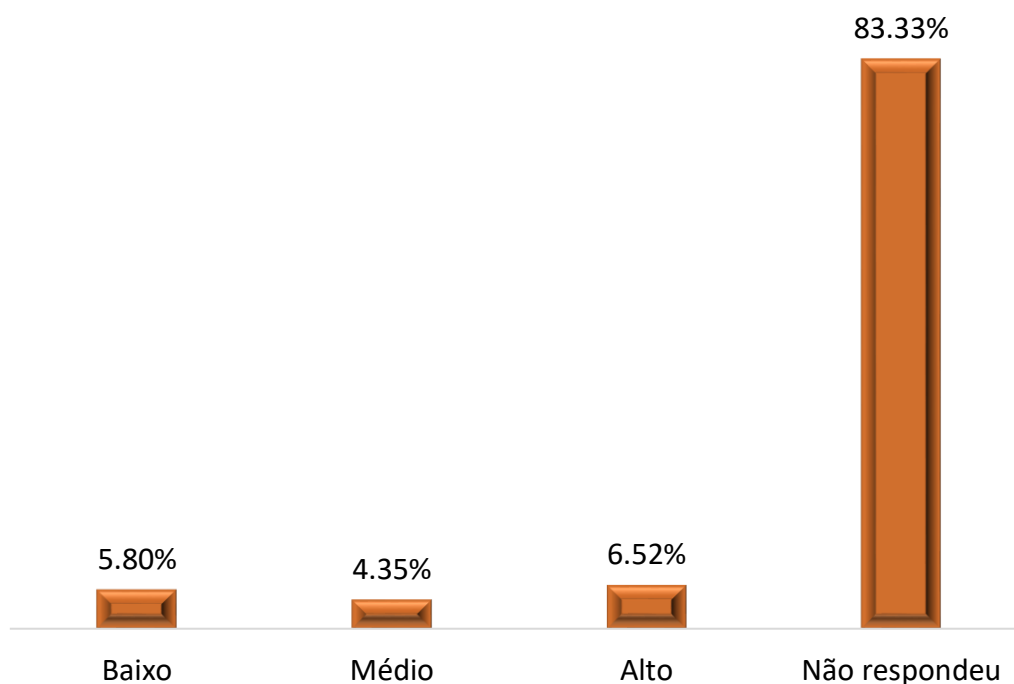


Gráfico 412 - Qual é a sua **expectativa para os próximos 3 anos quanto ao nível da concorrência** no seu ramo de negócio em Tambaú?

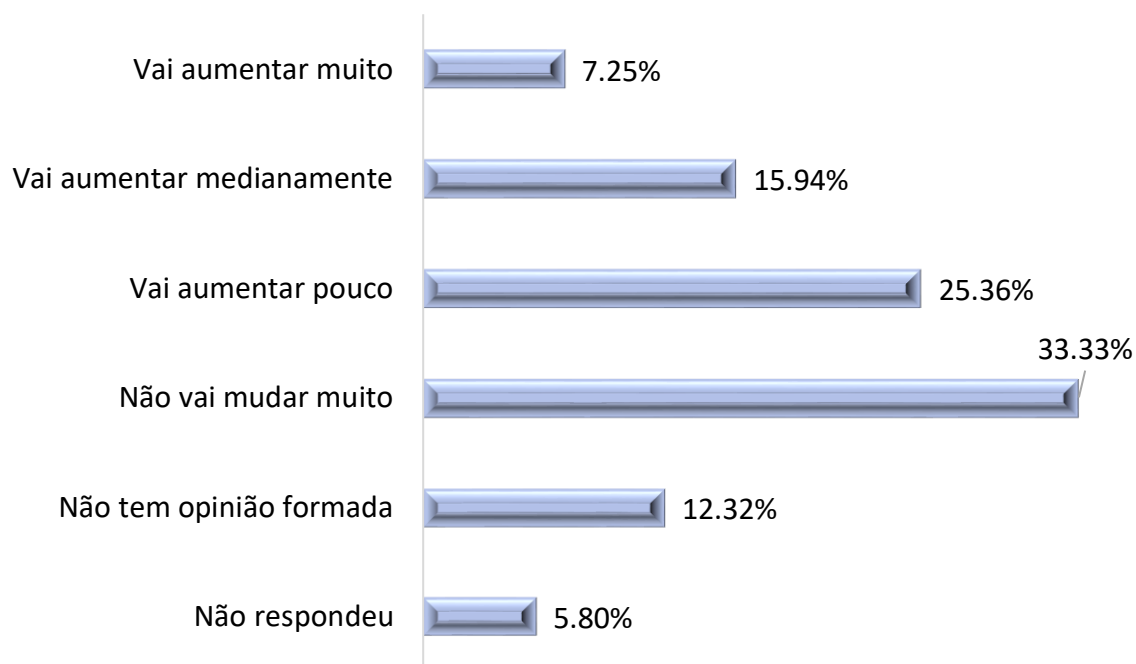
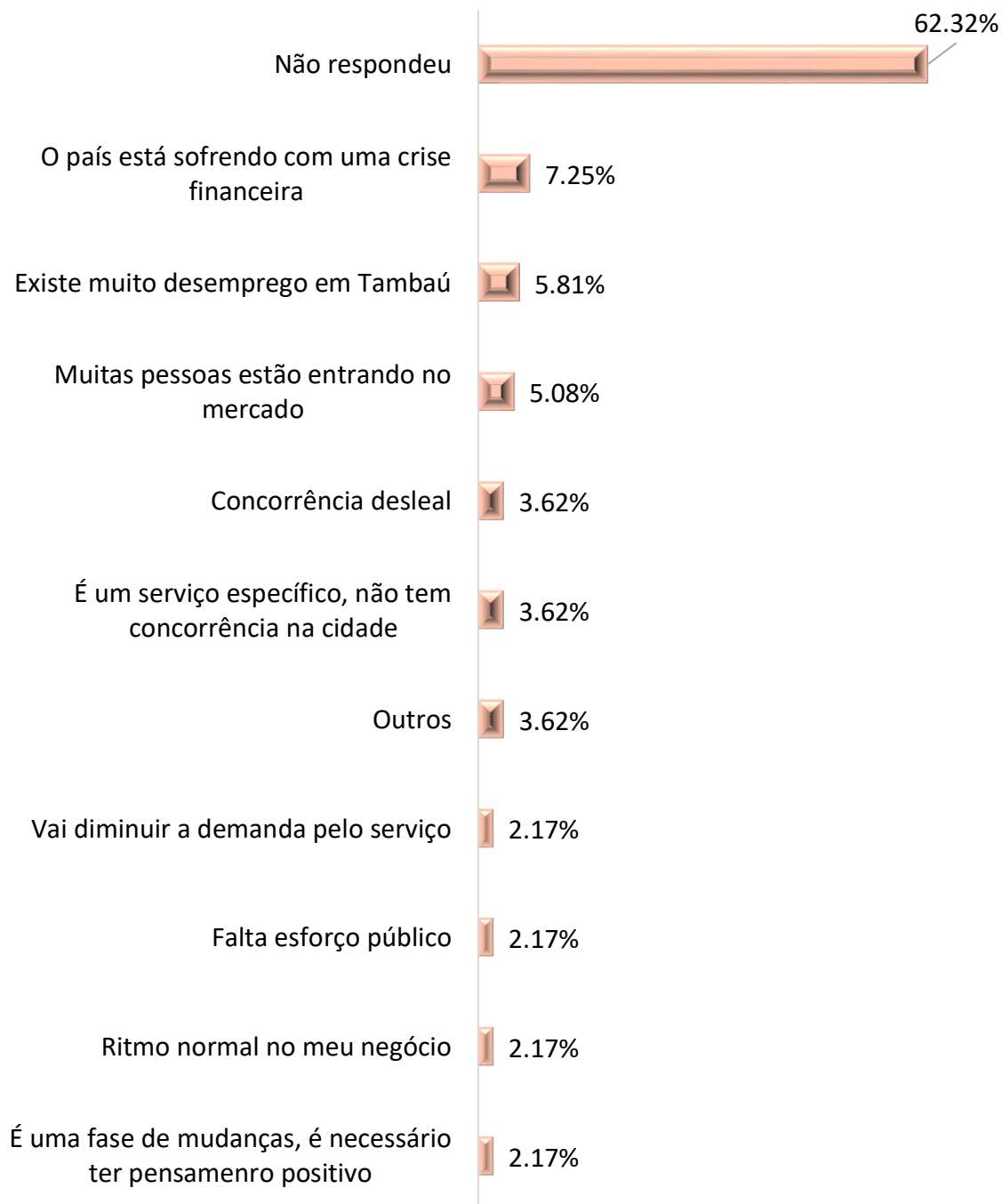
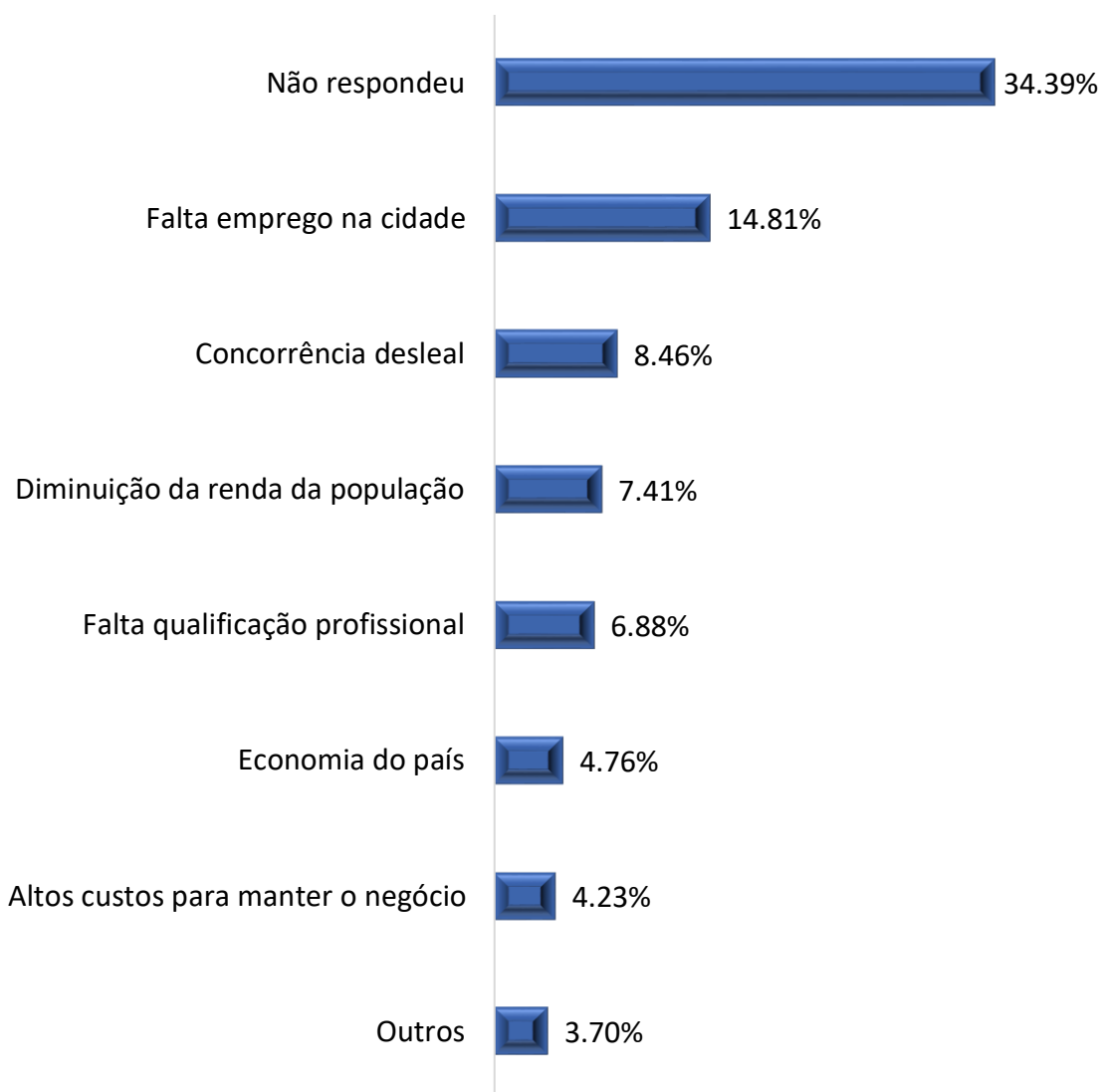


Gráfico 413 - Em relação a sua expectativa para os próximos 3 anos quanto ao nível da concorrência no seu ramo de negócio em Tambaú, justifique como chegou à conclusão apontada.



O item “outros” representa experiência de mercado, profissão extinta, falta de clientes, custo alto de produto e falta de suporte de mercado.

Gráfico 414 A - Indique até 5 fatores que representam as maiores ameaças para o desempenho futuro da empresa nos próximos 5 anos.



O item “outros” representa investimento em equipamentos, terceirização, envelhecimento dos profissionais, baixa margem de lucro, falta de oportunidades, falta de matéria prima.

Gráfico 414 B - Indique até cinco fatores que representam as maiores ameaças para o desempenho futuro da empresa nos próximos 5 anos.

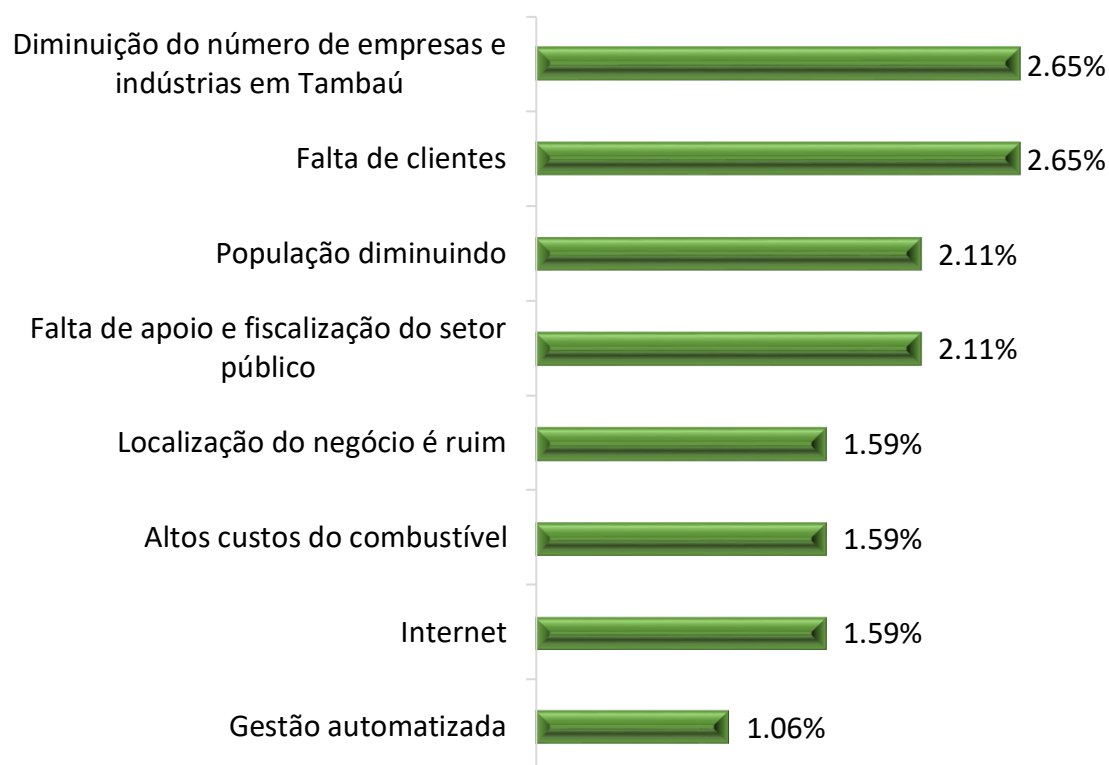


Gráfico 415 A - Quais são os pontos fortes da empresa para competir nos mercados onde atua?



Gráfico 415 B - Quais são os **pontos fortes da empresa** para competir nos mercados onde atua?

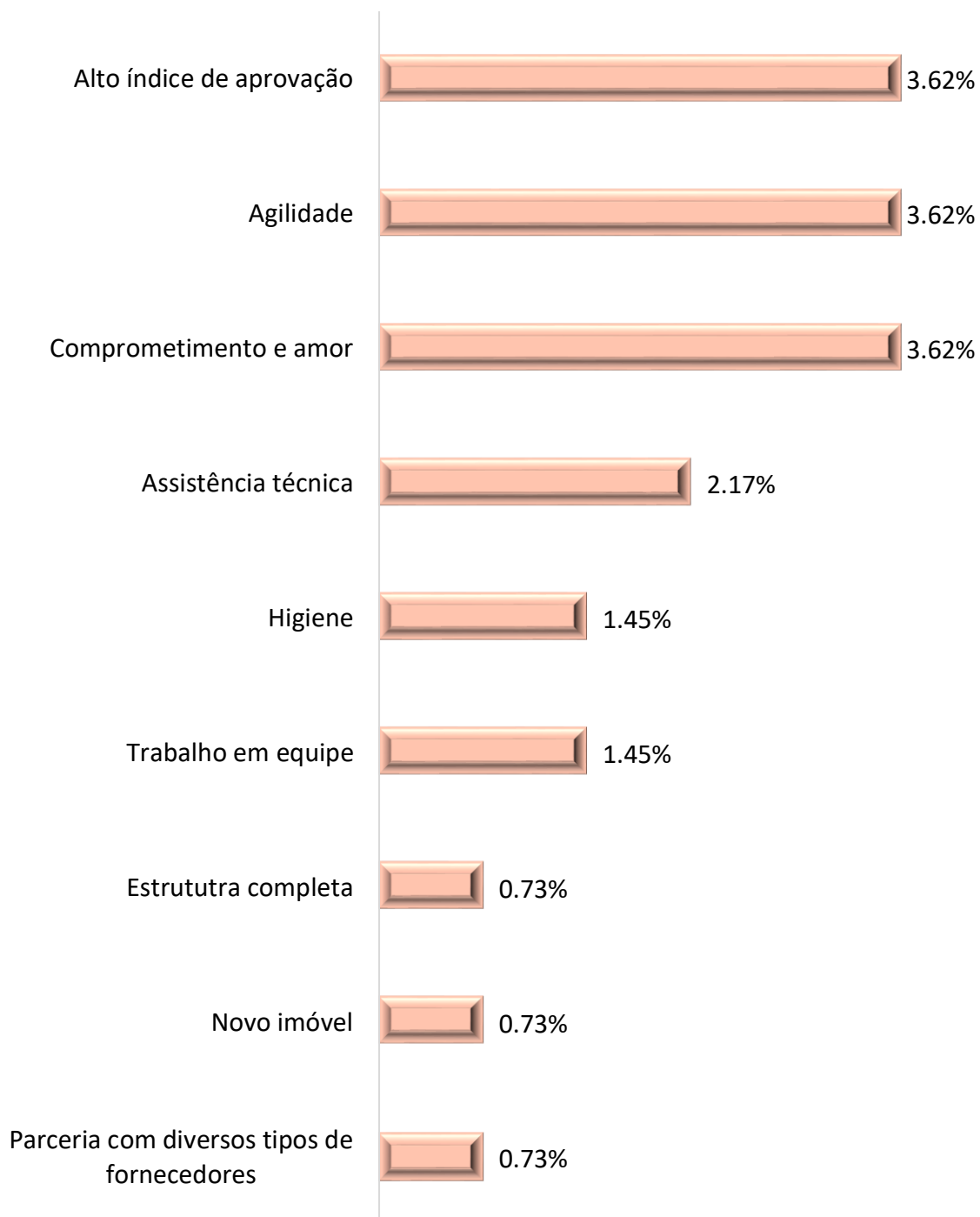


Gráfico 416 A - Quais são os **pontos fracos da empresa** que diminuem a sua competitividade comercial nos mercados onde atua?

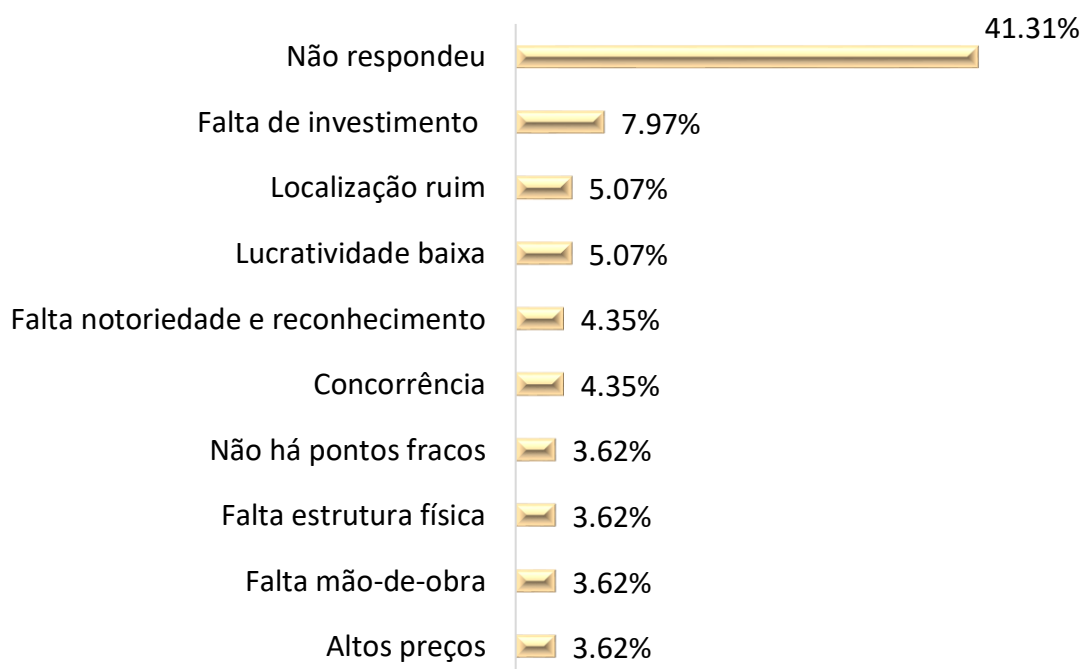


Gráfico 416 B - Quais são os **pontos fracos da empresa** que diminuem a sua competitividade comercial nos mercados onde atua?

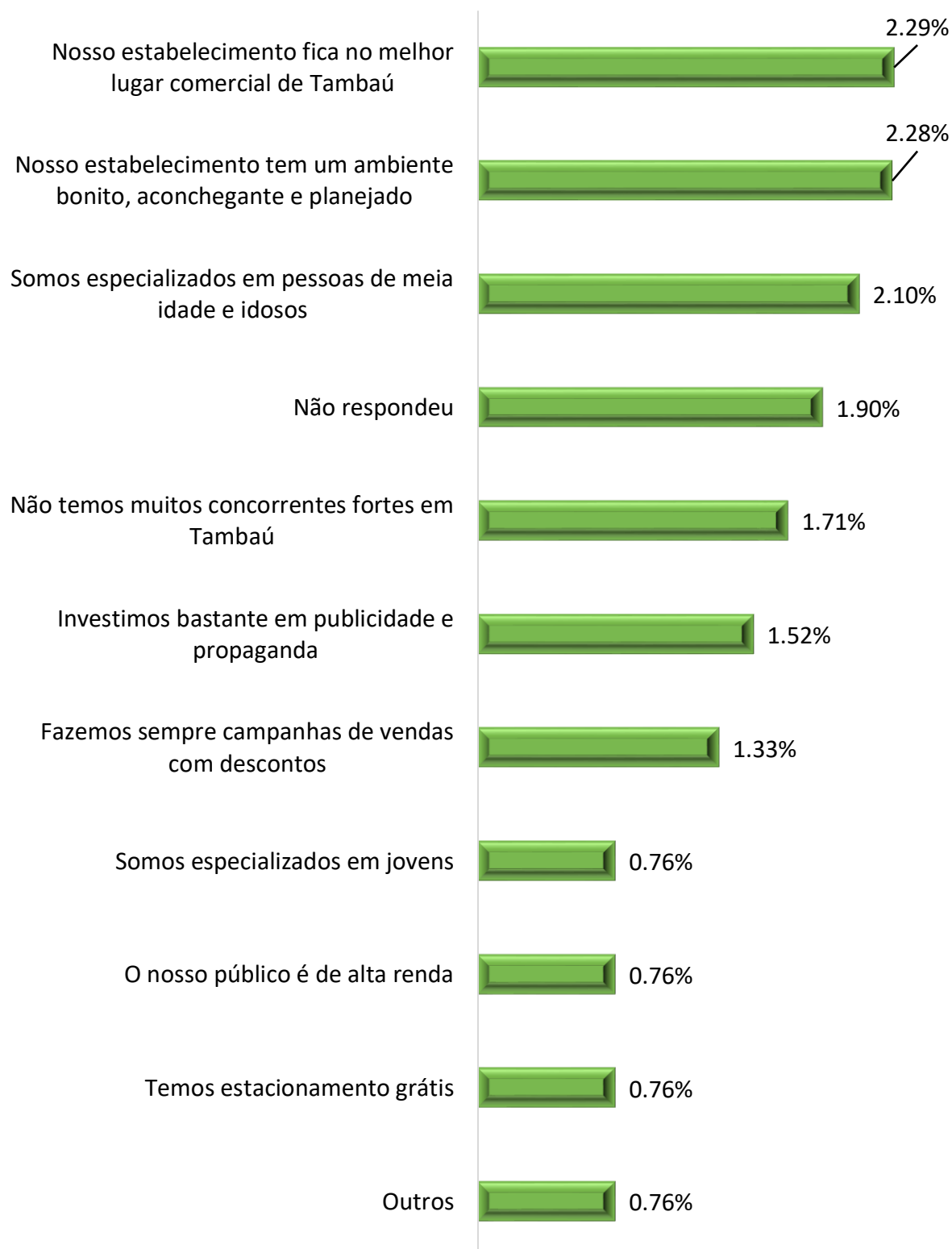


6. Diferenciais

Gráfico 417 A - Quais são os diferenciais do seu negócio?



Gráfico 417 B - Quais são os diferenciais do seu negócio?



O item “outros” representa honestidade, amor, confiabilidade e prestativos.

Gráfico 418 A - Quais fatores que mais pesam negativamente em seu negócio?



Gráfico 418 B - Quais fatores que mais pesam negativamente em seu negócio?



O item “outros” representa desigualdade nos orçamentos e falta de vontade do empregador.

7. Recursos Humanos

Gráfico 419 - Em relação aos **Proprietários/diretores**, qual a escolaridade destes?

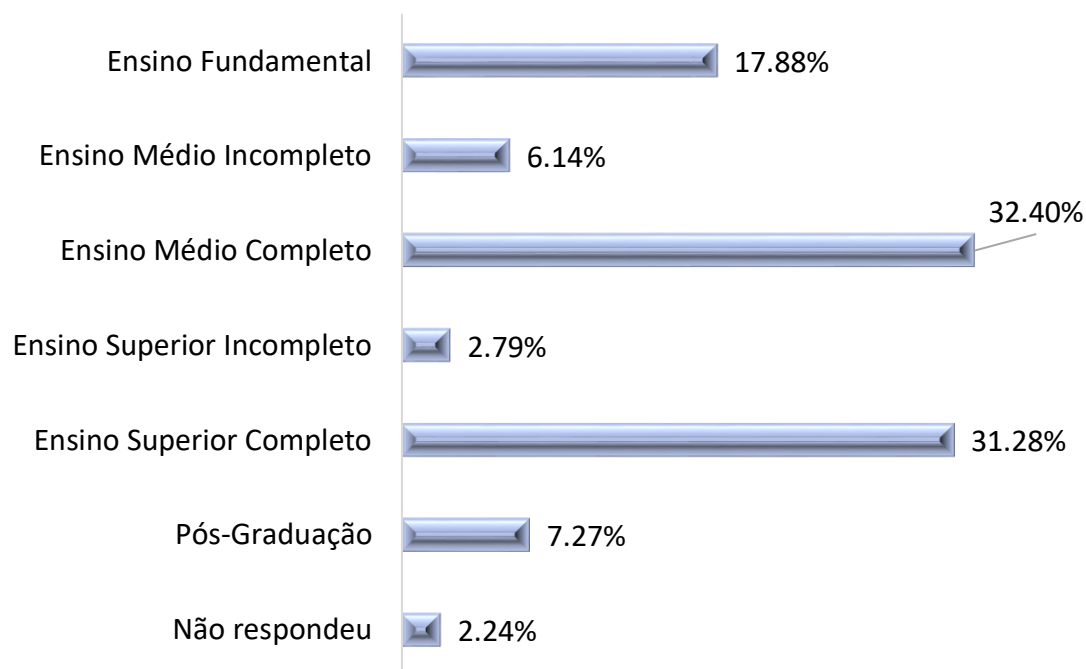


Gráfico 420 - Em relação aos Funcionários do **Setor de Administração/Financeiro**, qual a escolaridade destes?

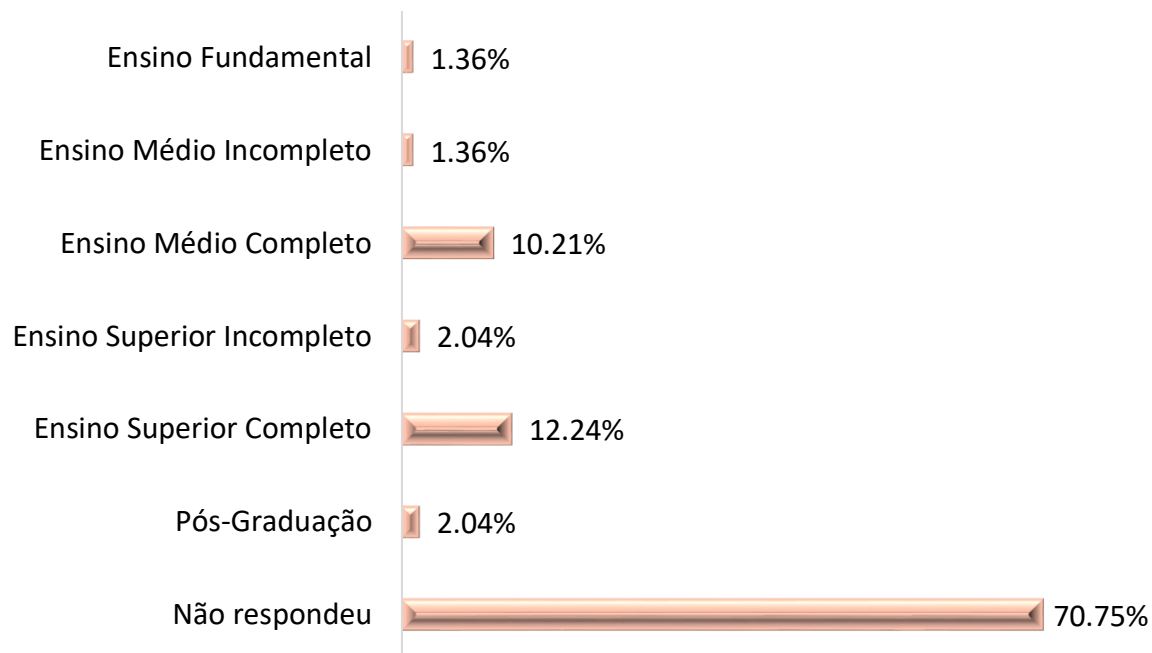


Gráfico 421 - Em relação aos Funcionários do **Setor Comercial/Vendas**, qual a escolaridade destes?

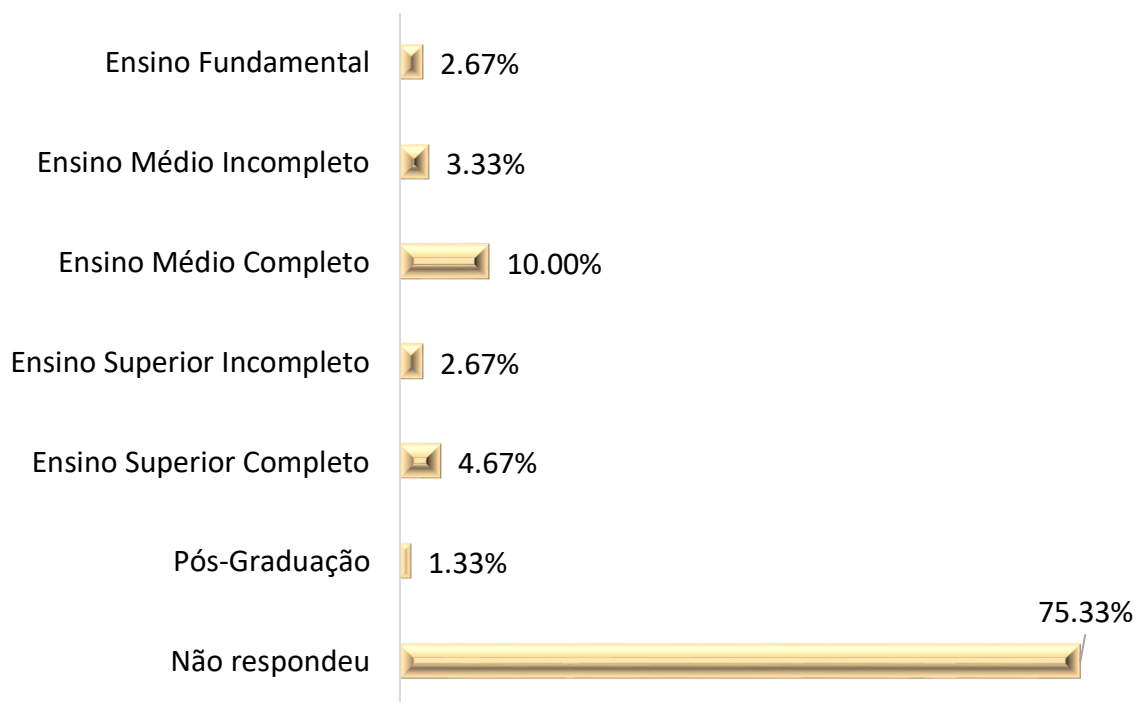


Gráfico 422 - Em relação aos Funcionários do **Setor de Serviços de assistência técnica**, qual a escolaridade destes?

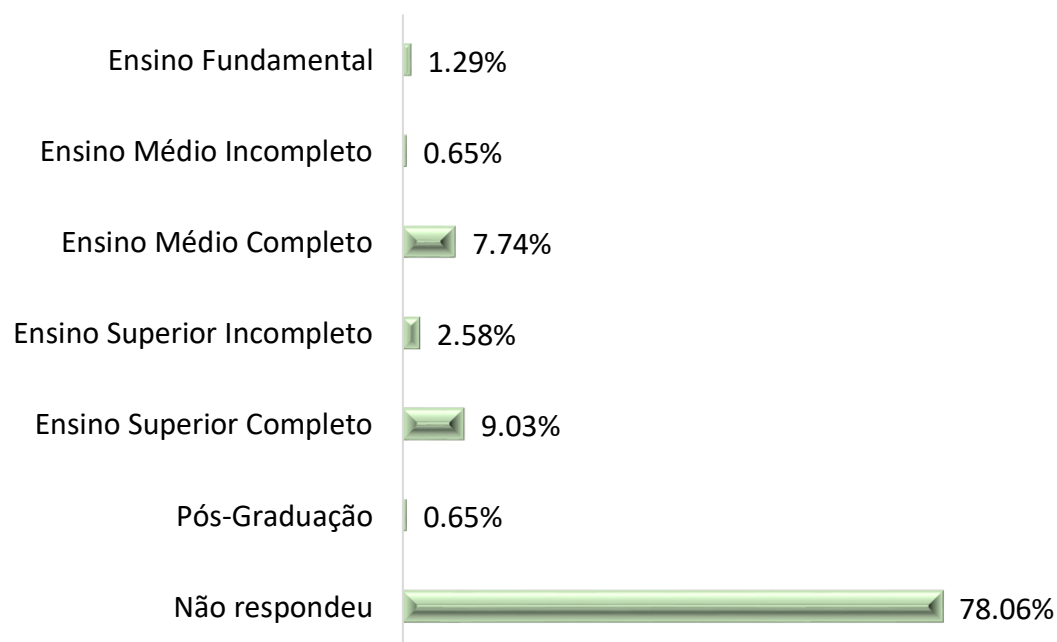


Gráfico 423 - Em relação aos Funcionários do Setor de **Serviços de Manutenção Técnica**, qual a escolaridade destes?

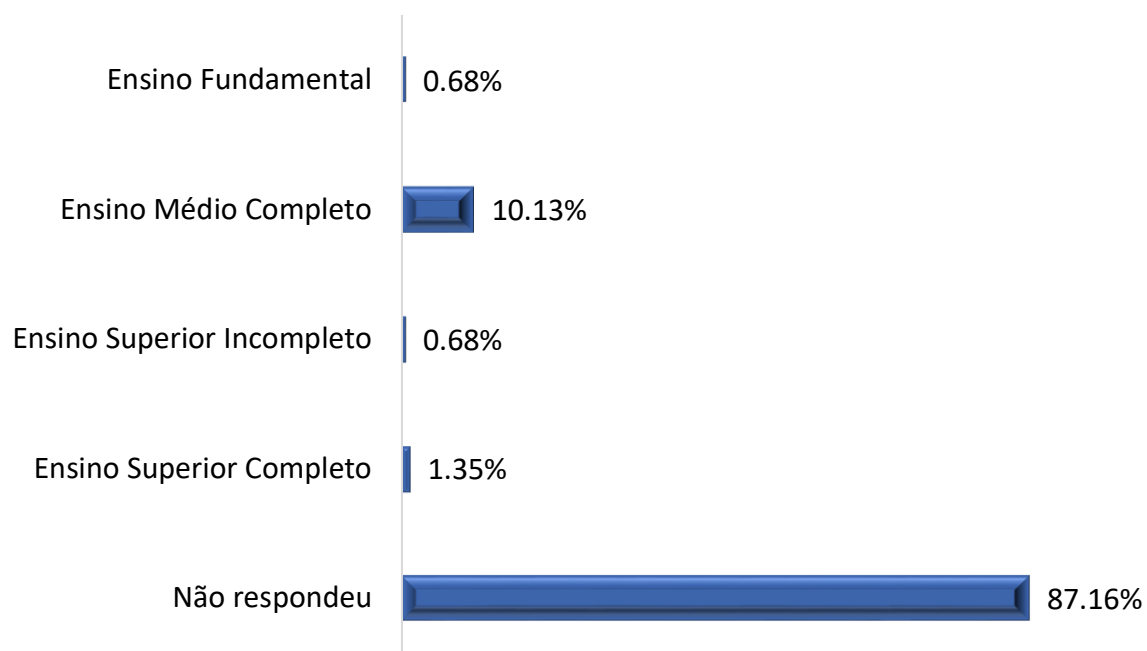


Gráfico 424 - Em relação aos **Funcionários de outros setores**, qual a escolaridade dos funcionários?

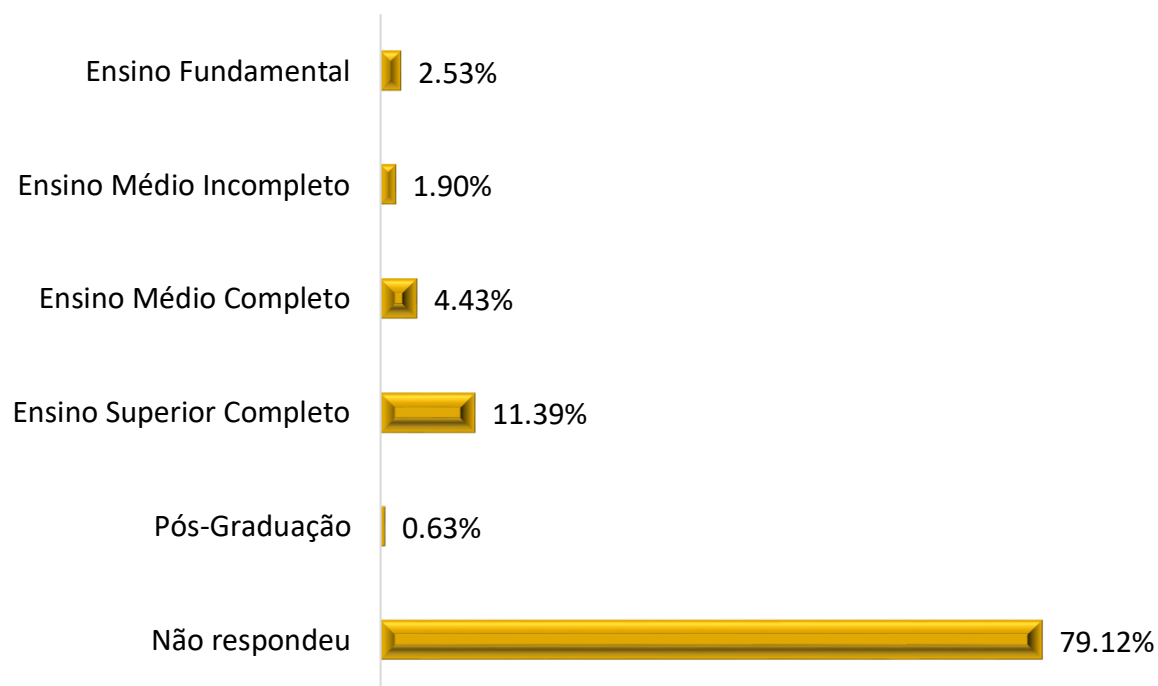


Gráfico 425 - A sua empresa deu algum tipo de treinamento a membros do quadro diretivo e/ou para seus funcionários, entre os anos 2017 e 2020?

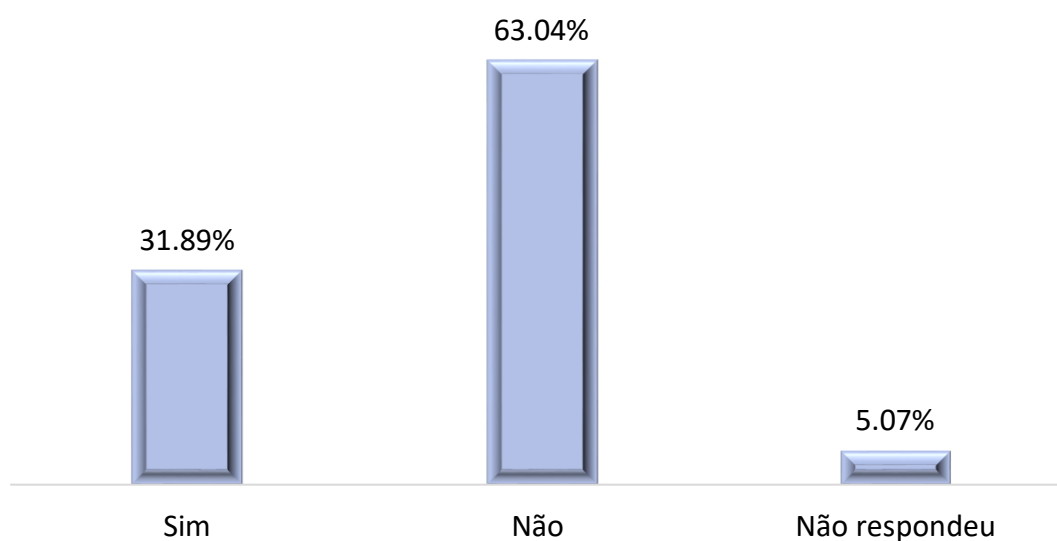
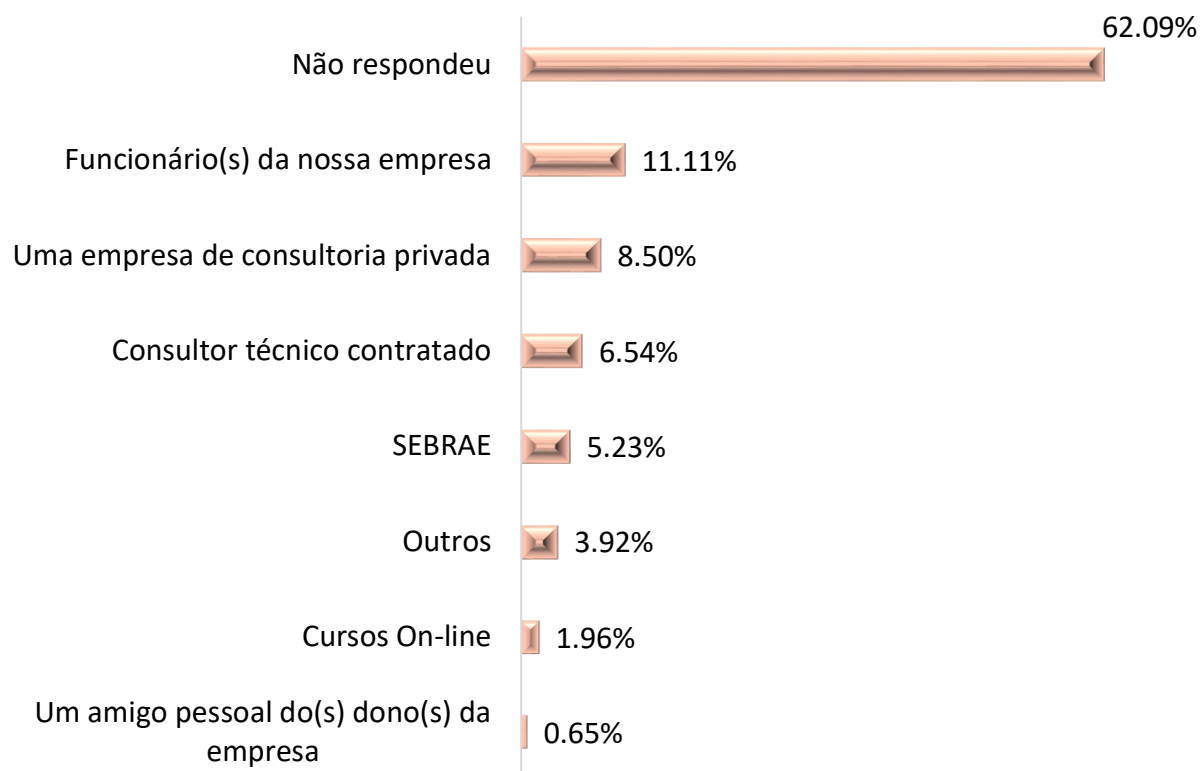
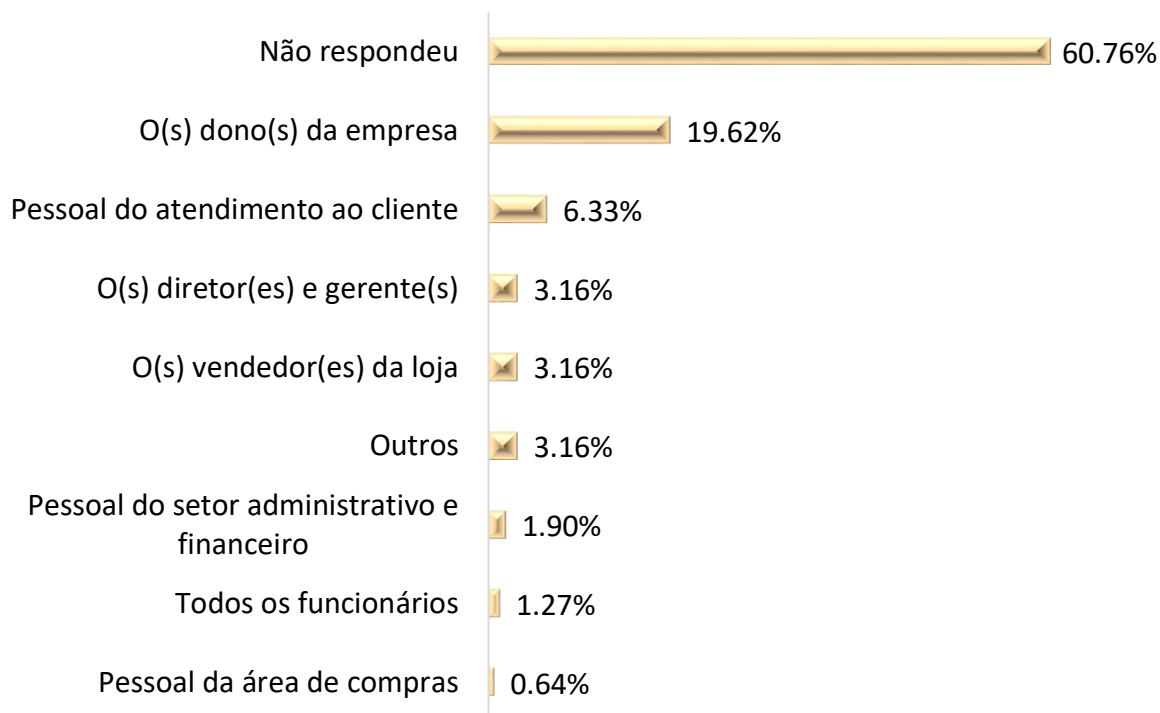


Gráfico 426 - Quem deu o treinamento às pessoas da sua empresa?



O item "outros" representa cursos de seguradoras, cursos da assistência comercial, UNAERP, e cursos dos fornecedores, operadores e hoteleiros.

Gráfico 427 - Quem foi treinado e/ou de quais áreas?



O item “outros” representa funcionário como, secretárias, costureiros, professores, estagiários e técnicos.

Gráfico 428 - Qual foi o número de pessoas treinadas?

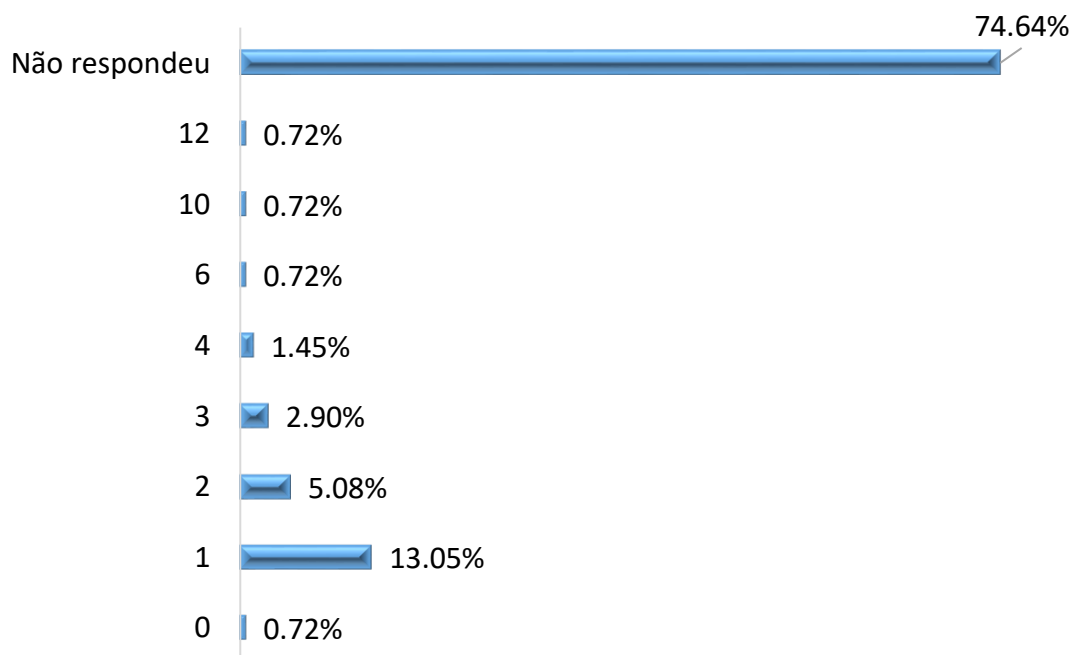
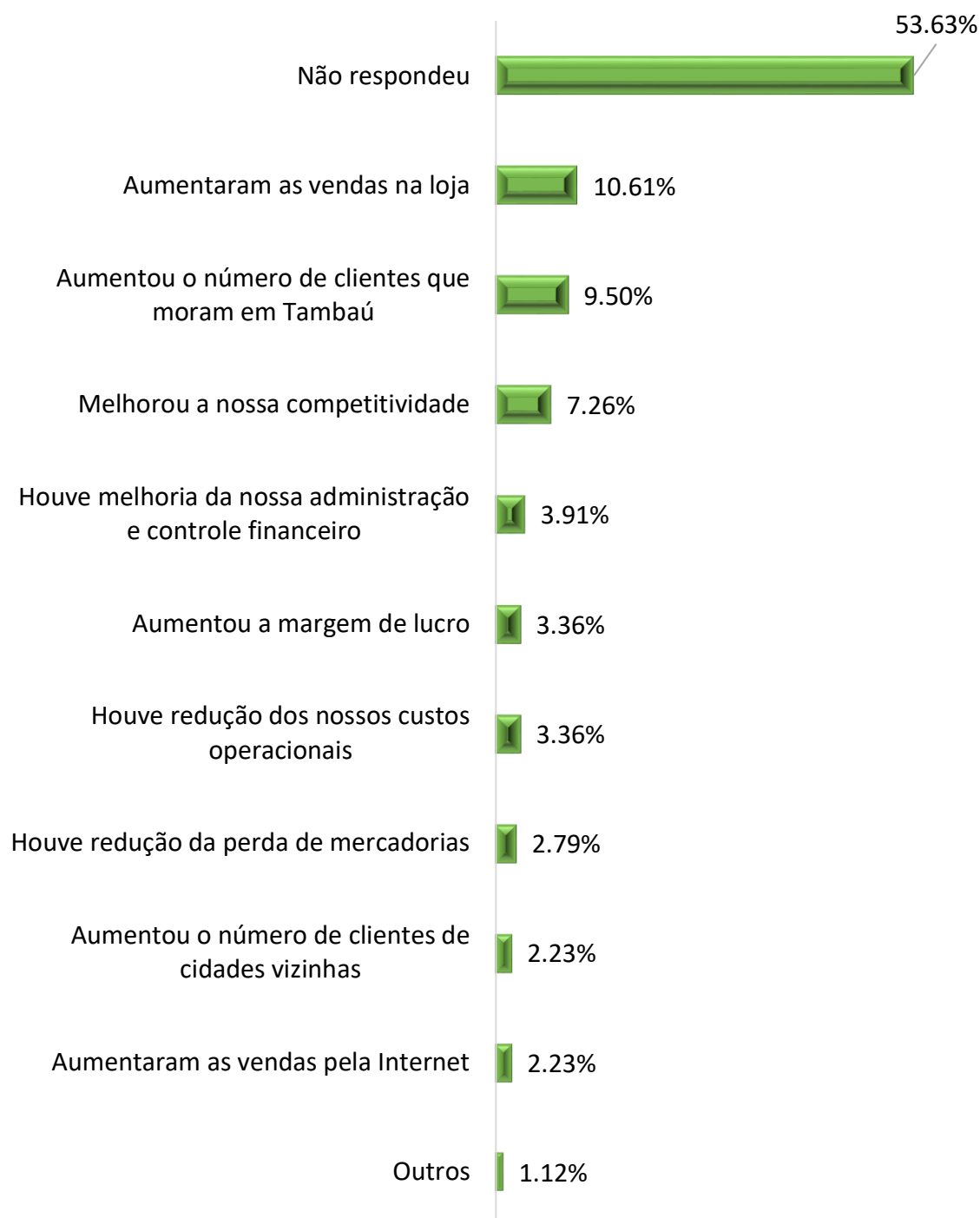


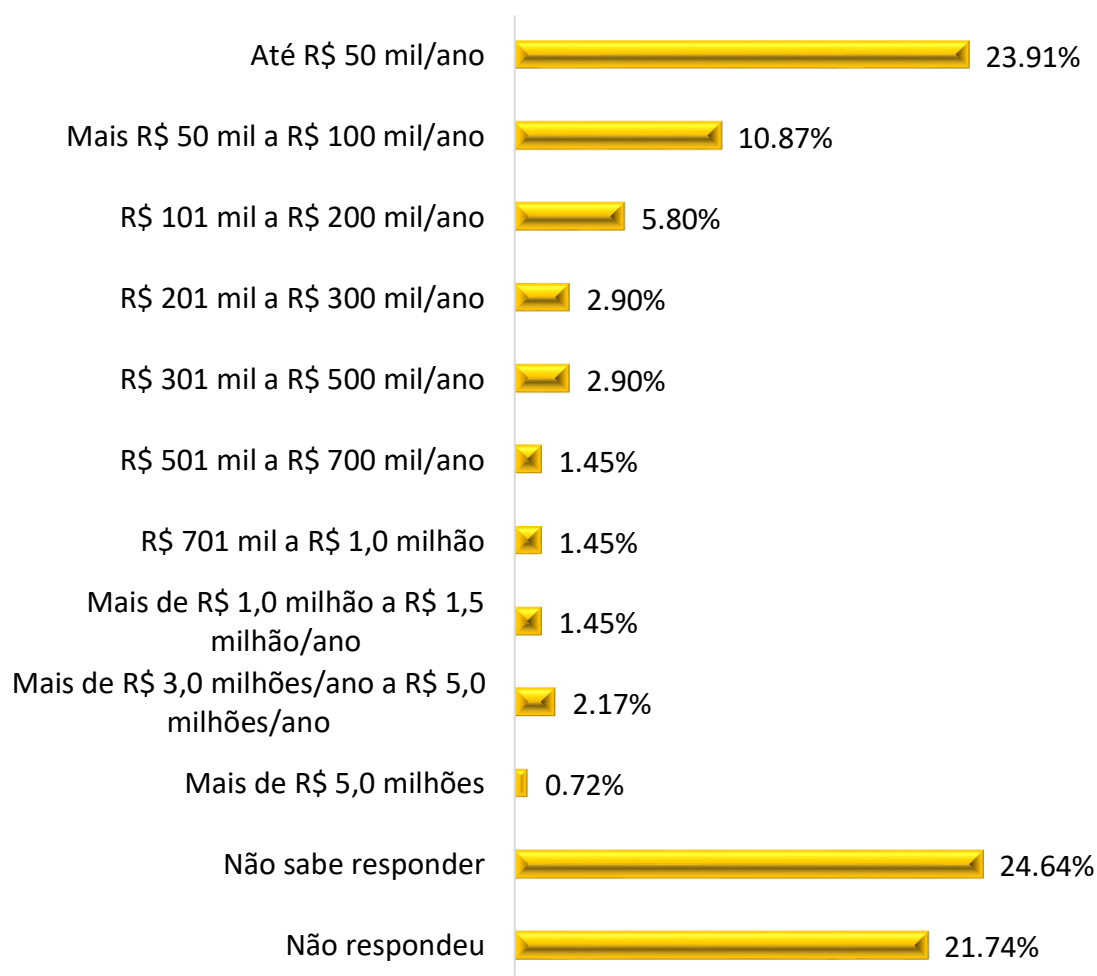
Gráfico 429 - Quais foram os resultados comerciais obtidos para a empresa com os treinamentos dados?



O item “outros” representa aumento de clientes fixos e mudança interna nos funcionários.

8. Faturamento

Gráfico 430 - Qual é o faturamento anual da sua empresa?



9. Investimentos

Gráfico 431 - A sua empresa pretende fazer algum tipo de melhoria na empresa e/ou investimentos nos próximos 3 anos?



Gráfico 432 A - Quais os tipos de melhoria e/ou investimentos que a sua empresa pretende fazer?

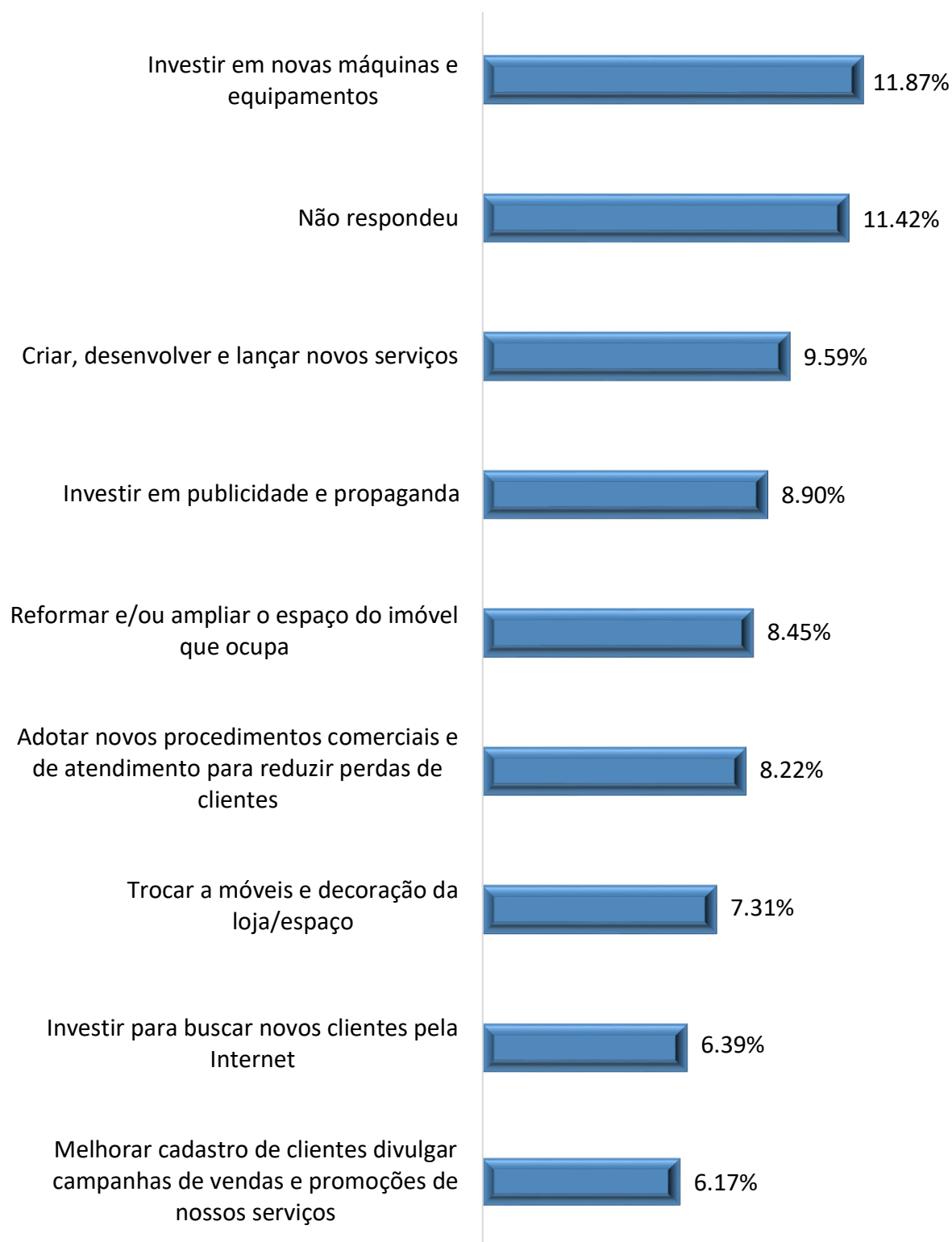
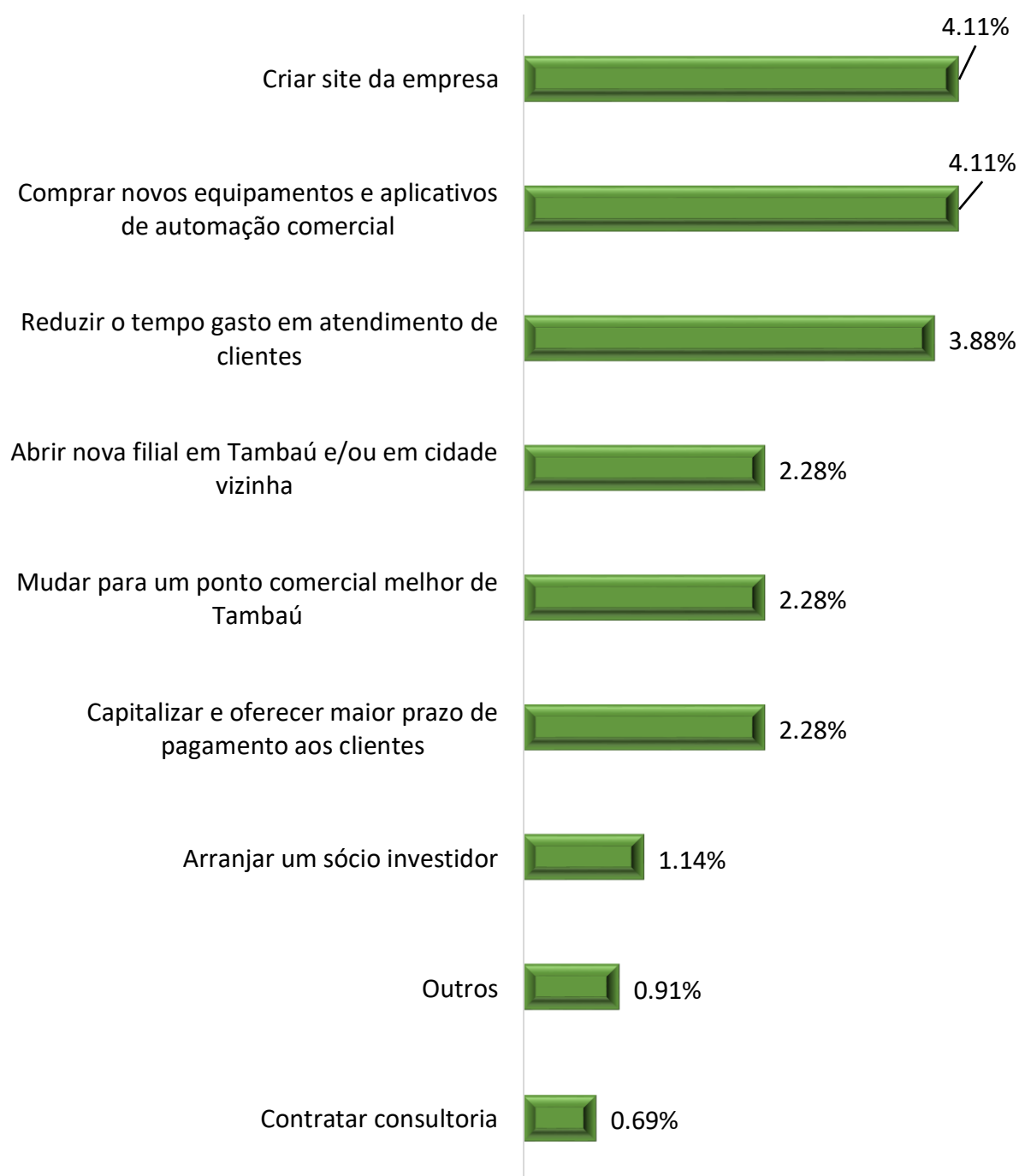


Gráfico 432 B - Quais os tipos de melhoria e/ou investimentos que a sua empresa pretende fazer?



O item “outros” representa investir em cursos, ampliar a sede e estudar.

10. Perspectivas de negócio

Gráfico 433 - Faça suas considerações que achar relevantes e que não foram abordadas nesta pesquisa e as quais poderão colaborar para uma melhor compreensão do setor de serviços, se achar necessário.



O item “outros” representa ser grato pela cidade e falta de espaços para eventos.

Gráfico 434 A - O que acha que as empresas de Tambaú do Setor de Serviços da área em que você atua devem fazer para melhorar o desempenho comercial?

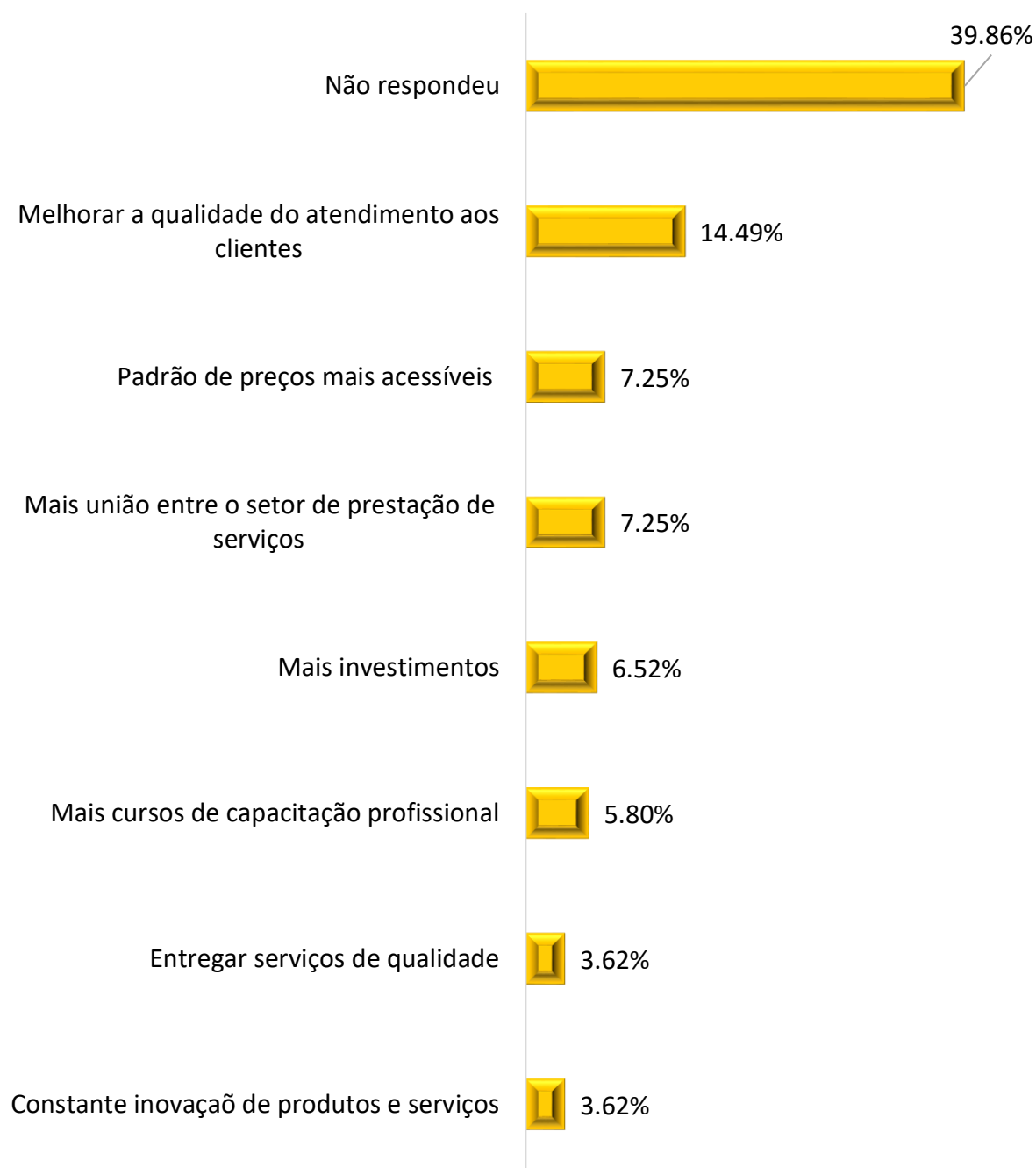
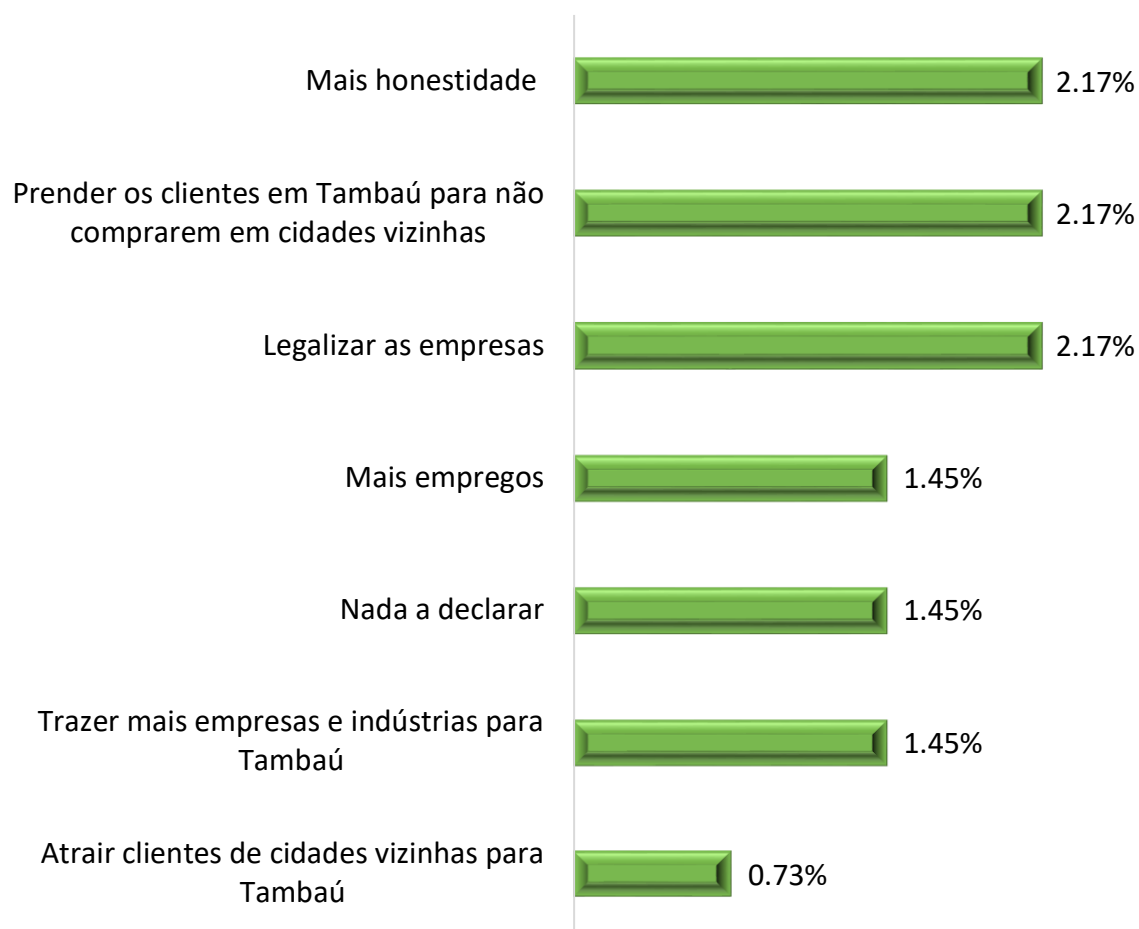


Gráfico 434 B - O que acha que as empresas de Tambaú do Setor de Serviços da área em que você atua devem fazer para melhorar o desempenho comercial?



11. Considerações finais

O setor de serviços é resultado da interação entre funcionário e cliente, devendo haver de ambas as partes o interesse e a cooperação. Possui ainda algumas características das quais podemos destacar as características da inseparabilidade; Intangibilidade e a Percibilidade. Na Inseparabilidade, é onde o serviço será produzido e consumido simultaneamente, como por exemplo as peças de teatros onde os atores produzem o trabalho artístico e o público o consome na hora. São aqueles que possuem um valor ou preço, porém são intangíveis, como por exemplo: um serviço de advogado, uma consulta de médico, etc.

Os valores praticados no setor de serviços são influenciados diretamente pelos próprios prestadores de serviços, na relação direta com o cliente. Os serviços têm destaque na atividade econômica. Os serviços como o transporte e comunicações, são elos fundamentais entre todos os setores da economia, incluindo o consumidor final, assim, o setor de serviços cresce em escala global. A demanda dos consumidores e a evolução da tecnologia, tornando os serviços mais facilmente disponíveis a todos são razões para o crescimento do setor de serviços. Os serviços contribuem em média com 75,00% do PIB brasileiro (IBGE 2018), sendo, pois, de grande importância na composição dos fatores econômicos, os serviços somam a grande parte do que é produzido.

Os efeitos rápidos que o setor de serviços apresenta na economia do município quando se analisam os dados apresentados são positivos e por isso deve ser pensado como um setor estratégico, cuja modernização e sofisticação pode contribuir para aumentar a competitividade de outros setores. A melhoria no desempenho poderá vir pela especialização na oferta de serviços baseados em novas tecnologias e no treinamento da mão de obra.