



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CENTRO MULTIDISCIPLINAR DE ANGICOS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA

KELVIN HENRIQUE MARTINS DE OLIVEIRA

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES NO CENTRO COMERCIAL DO MUNICÍPIO DE GROSSOS-
RN**

ANGICOS/RN
2020

KELVIN HENRIQUE MARTINS DE OLIVEIRA

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES NO CENTRO COMERCIAL DO MUNICÍPIO DE GROSSOS-
RN**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado a Universidade Federal Rural
do Semiárido – UFERSA – Campos
Angicos para obtenção do Título de
Bacharel em Ciências e Tecnologias.

Orientador: Prof.^a. Danielle da Silva
Oliveira Martins

Aprovado pelo Conselho de Curso em: ____/____/____

Assinatura do Coordenador de Curso

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

O29c Oliveira, Kelvin Henrique Martins de.
CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL
DOS EMPREENDEDORES NO CENTRO COMERCIAL DO
MUNICÍPIO DE GROSSOS-RN / Kelvin Henrique
Martins de Oliveira. - 2020. 47 f.: il.

Orientadora: Danielle da Silva Oliveira
Martins.

Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e
Tecnologia, 2020.

1. Empreendedorismo. 2. Comércio. 3. Negócios.
4. Serviços. I. Martins, Danielle da Silva
Oliveira, orient. II. Título.

KELVIN HENRIQUE MARTINS DE OLIVEIRA

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES NO CENTRO COMERCIAL DO MUNICÍPIO DE GROSSOS-
RN**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado a Universidade Federal Rural
do Semiárido – UFERSA – Campos
Angicos para obtenção do Título de
Bacharel em Ciências e Tecnologias.

Orientador: prof.^a. Danielle da Silva
Oliveira

APROVADO EM 08 / 12 / 2020

BANCA EXAMINADORA
DANIELLE DA SILVA
OLIVEIRA
MARTINS:04743702402

Assinado de forma digital por
DANIELLE DA SILVA OLIVEIRA
MARTINS:04743702402
Dados: 2020.12.16 12:35:00 -03'00'

Prof.^a. Danielle da Silva Oliveira Martins (UFERSA)

Presidente

MARISTELIO DA CRUZ
COSTA:26129019491

Assinado de forma digital por MARISTELIO
DA CRUZ COSTA:26129019491
Dados: 2020.12.16 10:12:22 -03'00'

Prof. Dr. Maristelio da Cruz Costa - UFERSA

Primeiro Membro
GEOMAR GALDINO DA
SILVA:43013651415

Assinado de forma digital por GEOMAR
GALDINO DA SILVA:43013651415
Dados: 2020.12.16 10:12:53 -03'00'

Prof. Dr. Geomar Galdino da Silva - UFERSA

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a Deus por me permitir concluir esse curso de graduação em Bacharelado em Ciências e Tecnologias. Em segundo lugar minha família, que sempre me apoiou e me deu condições para que eu conseguisse alcançar esse objetivo. Em terceiro lugar aos meus amigos que me incentivaram e ajudaram de alguma forma.

A caminhada foi árdua e duradoura, muitas desistências e inseguranças me impediram que eu chegasse logo ao fim desse ciclo. Mas o importante é que eu conseguir, não importa o tempo que levou e sim que não desistir no meio do caminho como tantos outros. Como disse Bob Marley: “ A vida é para quem topa qualquer parada. Não para quem para em qualquer topada. ”

“A persistência é o menor
caminho do êxito. (Charles
Chaplin) ”

RESUMO

Empreendedorismo pode ser definido como ato de empreender, ou seja, criar, inovar, lançar e atender as necessidades das pessoas por meio de produtos para maior satisfação e bem-estar. Com isso, o presente trabalho tem como objetivo geral, caracterizar o perfil dos empreendedores do município de Grossos do Estado do Rio Grande do Norte, para diagnosticar e caracterizar o perfil de empreendimentos e dos empreendedores e com isso entender cenário comercial do município. Diante da metodologia utilizada para pesquisa se deu através de uma pesquisa descritiva, feita por meio de uma revisão bibliográfica e dados coletados na pesquisa de campo, onde se caracterizou de acordo com sua natureza em uma pesquisa quantitativa. A obtenção de dados e informações sobre os empreendedores locais poderá acarretar na obtenção de recursos para a evolução dos empreendimentos, tornando o comércio local sustentável. Respondendo ao objetivo do trabalho, tem-se que a distribuição por gênero tem predominância do homem, porém a mulher vem ganhando força e se inserindo no meio comercial do município, porém com a presença da mulher se inserindo aos poucos no mercado de trabalho. Tendo o comércio baseado no comércio de suprimentos e prestação de serviços, existe a carência de alguns tipos de empreendimentos ou opções para escolha, como é o caso de churrascarias, lojas de eletroeletrônicos, óticas e etc. Para finalizar, os empreendedores do município de Grossos buscam desenvolver cada vez mais seu negócio através de novas ideias e baseando-se nas necessidades das pessoas, sem perder o foco quanto aos interesses econômicos futuros e resultados positivos.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Comércio. Negócios. Serviços.

ABSTRACT

Entrepreneurship can be defined as an act of entrepreneurship, that is, creating, innovating, launching and meeting people's needs through products for greater satisfaction and well-being. With this, the present work has as general objective, to characterize the profile of entrepreneurs in the municipality of Grossos of the State of Rio Grande do Norte, to diagnose and characterize the profile of enterprises and entrepreneurs and thereby understand the commercial scenario of the municipality. Given the methodology used for research, it was done through a descriptive research, made through a bibliographic review and data collected in the field research, where it was characterized according to its nature in a quantitative research. Obtaining data and information about local entrepreneurs may result in obtaining resources for the evolution of the enterprises, making local trade sustainable. Responding to the objective of the work, the distribution by gender has a predominance of men, but women have been gaining strength and inserting themselves in the commercial environment of the municipality, but with the presence of women gradually entering the labor market. With commerce based on trade in supplies and services, there is a shortage of some types of ventures or options to choose from, such as steakhouses, electronics stores, opticians, etc. Finally, entrepreneurs in the municipality of Grossos seek to develop their business more and more through new ideas and based on people's needs, without losing focus on future economic interests and positive results.

Keywords: Entrepreneurship. Trade. Business. Services.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição de empreendedores por gênero no município de Grossos/RN.....	26
Gráfico 2 - Faixa etária dos empreendedores entrevistados do município de Grossos/RN.....	28
Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores pelo grau de escolaridade do Município de Grossos/RN.....	29
Gráfico 4 - Distribuição dos empreendimentos de acordo com o tempo de funcionamento do município de Grossos, RN.	30
Gráfico 5 - Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Grossos/RN.....	32
Gráfico 6 - Distribuições dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Grossos/RN.	33
Gráfico 7 - Distribuição de acordo com o caráter do estabelecimento no município de Grossos, RN.....	34
Gráfico 9 - Origem dos empreendimentos do município de Grossos no estado do Rio Grande do Norte.	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Critérios de classificação de empresas quanto a receita operacional bruta anual.....	21
Tabela 2 - Enquadramento atual dos MEI, ME e EPP.....	21
Tabela 3 - Critérios de classificação de empresas quanto ao número de Empregados.....	21
Tabela 4 - Distribuição dos empreendedores pela faixa etária no município de Grossos/RN.....	27
Tabela 5 - Grau de escolaridade dos empreendedores do Município de Grossos. ..	29
Tabela 6 - Distribuições por tipos de empreendimentos do centro comercial do município de Grossos/RN.....	36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 ORIGEM E CONTEXTO HISTÓRICO DO EMPREENDEDORISMO	13
2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS EMPREENDEDORES	15
2.2.1 Empreendedor nato	15
2.2.2 Empreendedor que aprende	16
2.2.3 Empreendedor serial	16
2.2.4 Empreendedor corporativo	17
2.2.5 Empreendedor Social	18
2.2.6 Empreendedor por necessidade	18
2.2.7 Empreendedor hereditário	19
2.2.8 Empreendedor normal.....	19
2.3 REALIDADE ATUAL DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS.....	20
2.4 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE GROSSOS/RN	22
3. METODOLOGIA	24
4.RESULTADOS E DISCUSSÃO	26
4.1.1 Distribuição dos empreendimentos por gênero	26
4.1.2 Distribuição dos empreendedores por faixa etária.....	27
4.1.3 Distribuição dos empreendedores pelo grau de escolaridade.....	28
4.1.4 Distribuição dos empreendimentos de acordo com o tempo de funcionamento	30
4.1.5 Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Grossos/RN.	32
4.1.6 Distribuições Dos Empreendimentos Que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Grossos/RN.....	32
4.1.7 Distribuição de acordo com o caráter do estabelecimento	33
4.1.8 Origem dos empreendimentos do município de Grossos no estado do Rio Grande do Norte.....	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
REFERÊNCIAS.....	38
ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS EMPREENDIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE GROSSOS – RN.	42
ANEXO – B: TABELA COM DADOS OBTIDOS ATRAVÉS DA APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO NO MUNICÍPIO DE GROSSOS	46

1. INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, o empreendedorismo tem se tornado cada vez mais importante, em virtude da grande expansão da economia mundial, gerando assim um aumento na busca por novos mercados e na concorrência entre as organizações. Para tanto, compreende-se como empreendedorismo a busca por oportunidades, planejando os recursos necessários e inovando para abrir seu próprio negócio, assim, assumindo o ônus e o bônus proveniente do mesmo, a fim de satisfazer suas necessidades e desejos (ROBBINS, 2001).

Observando o contexto global, deve-se considerar o fato de que “O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas”. (DORNELAS, 2012, pg. 7).

O empreendedorismo como estudo científico tende a descobrir a origem das ideias e conseqüentemente as oportunidades que são criadas para confecção ou desenvolvimento e aprimoramento de novos produtos e serviços, com finalidade de atender um exigente mercado, tomando como base o aperfeiçoamento de processos produtivos, com auxílio de novas tecnologias para resultar em um produto final de qualidade. Estas oportunidades surgem por meio de pessoas que podem ou não ter a capacidade de desenvolvê-las (BARON; SHANE 2007).

Destarte, acompanhando essa evolução, no Brasil, a definição de empreendedorismo, se diversificou ao longo do tempo através da socialização de cultura intensificada no fim da década de 90 e se consolidando e ganhando relevância a partir dos anos 2000 (DORNELAS, 2012).

Os economistas percebem que a atividade e execução empreendedora é imprescindível para o processo de desenvolvimento econômico, daí, surge a necessidade de estudá-lo, baseando-se no fato de que é fundamental conhecer as características do empreendedor. Ou seja, sua forma de pensar, seu agir, como é seu modo de execução e transformação, levando em consideração sua história cronológica através de estudos direcionados para assim, tornar possível a criação de características particulares. (TIMMONS, 1994).

Entretanto, o ato de empreender deve ser considerado algo grandioso, não se limitando apenas em abrir um negócio, pois empreender fazer algo e dar continuidade, enxergar as soluções e vantagens iminentes de uma ideia em que

para outras pessoas a oportunidade é classificada como algo inviável. Como na sociedade em que vivemos os avanços tecnológicos estão em constante evolução tendo em vista que as máquinas exercem funções de um número considerável de mão de obra humana, é necessário que as pessoas busquem seu desenvolvimento pessoal para atuar nos novos modelos de comércios, oferecendo produtos melhores, que os diferencie dos demais com um objetivo traçado que será direcionado a atender as necessidades dos clientes (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

Através de uma pesquisa realizada por meio da Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2020), o Brasil em 2019, alcançou 23% da Taxa de Empreendedorismo inicial, com tendência a se elevar no decorrer dos anos devido aos avanços tecnológicos possibilitando atender as necessidades, problemas e oportunidades.

O Brasil vem passando por uma crise econômica nos últimos anos e as dificuldades para criação e consolidação de um empreendimento devido aos riscos existentes impõe receio aos possíveis empreendedores de não ter a garantia do retorno esperado, pela concorrência cada vez mais difícil, e outros tantos agentes que podem gerar dúvidas quanto a criação dos empreendimentos (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

A partir disso, o presente trabalho terá como finalidade averiguar o mercado e as possíveis oportunidades de negócio que existem e também as que poderão ser criadas para melhor atender aos clientes. Sendo importante frisar que é fundamental para o sucesso de qualquer negócio, uma análise de mercado antes de iniciar um novo empreendimento para saber quais as necessidades dos clientes e quais os produtos e serviços considerados escassos para assim, poder tomar uma decisão correta. Com isso, através dos resultados obtidos o empreendedor poderá planejar, criar e executar de acordo com sua característica.

Como forma de apresentar elementos para reafirmar a tendência inovadora dos negócios, tomando como base a realidade brasileira, para com isso auxiliar desenvolvimento de qualquer empreendimento que possa surgir ou que já existe e busca evolução a presente pesquisa visa caracterizar o perfil dos empreendedores, diagnosticar e conhecer os empreendimentos do município de Grossos no estado do Rio Grande do Norte e com isso entender cenário comercial do município.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ORIGEM E CONTEXTO HISTÓRICO DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo tem sua origem datada desde os primórdios da humanidade e se mantendo atuante até hoje. Passando por transformações ao longo dos anos o ato de empreender buscou sempre melhorar suas abordagens sem deixar suas características fortes quanto assumir riscos para proporcionar melhor qualidade de vida (CUSTÓDIO, 2011).

Marco Polo, propôs a primeira definição atribuída ao empreendedorismo pelo fato de o mesmo buscar oferecer mercadorias constantemente no oriente, criando uma rota comercial em que haviam as negociações de produtos com um vendedor local do qual foi assinado contrato para que um comerciante local pudesse comprar seus produtos e vendê-los conseqüentemente. Marco Polo tornou-se um negociador diferenciado pois o mesmo enfrentava os devidos riscos existentes, enquanto que o comerciante local atuava de forma passiva sem arriscar ficar no prejuízo (DORNELAS, 2008).

O empreendedor e o ato de empreender se desenvolve cada vez mais devido à acontecimentos ocorridos ao longo dos anos, como por exemplo, as grandes navegações para regiões desconhecidas que possibilitou uma revolução comercial. Outro fato colaborador foram as Revoluções Industriais que alavancaram ainda mais o ato de empreender (MAXIMIANO, 2011).

Na medida em que o tempo foi passando, o empreendedorismo foi evoluindo constantemente e de acordo com as diferentes épocas, as ideias foram sempre surgindo, os produtos foram se reciclando e aperfeiçoando (LANDSTRÖM; BENNER, 2010 apud VERGA; SILVA 2014).

Isso permitiu que o empreendedorismo fosse separado em três períodos com suas devidas particularidades, a Era Econômica datada entre 1870 e 1940 que estudava os riscos iminentes, a Era das Ciências Sociais, entre 1940 e 1970, que estudava investigava a personalidade do empreendedor e pôr fim a Era do Estudo da Gestão que se deu a partir de 1970 e vem agindo até hoje, sendo marcada pelas mudanças políticas, econômicas sociais, tecnológicas e culturais (LANDSTRÖM; BENNER, 2010 apud VERGA; SILVA 2014).

O empreendedorismo possui características que tende a criar algo inovador e criativo, com intuito de gerar retornos econômicos, além de enriquecer a cultura social, por meio do reconhecimento de novas sugestões para lançar no mercado (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

Assim, segundo Schumpeter (1985), empreendedorismo pode ser definido como a capacidade que existe de inovação por parte de um empreendedor. Ou seja, o ato de empreender está relacionado a observação e o aproveitamento das oportunidades que surgem para possíveis negócios relacionada a utilização dos recursos disponíveis.

Quanto ao conceito de empreendedor, o mesmo pode ser definido como um indivíduo que visualiza uma oportunidade e as possibilidades para criar um empreendimento e ganhar dinheiro com ele, sendo que o mesmo tem que assumir riscos iminentes (DORNELAS, 2008).

O empreendedor deverá possuir aspectos que os diferencie dos outros comerciantes, ou seja, deve o mesmo possuir características como ter iniciativa para criar um novo negócio, dando a devida atenção ao mesmo, fazer uso de recursos de forma mais criativa, relacionando os insumos com os produtos afim de não produzir desperdícios. O empreendedor deverá adequar o ambiente social e econômico calculando os riscos e as probabilidades de sucesso (DORNELAS, 2008).

A partir da década de 90 o empreendedorismo no Brasil, começa a evoluir e consequentemente se concretizar tendo auxílio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e também da Sociedade Brasileira para Exportação de Software – SOFTEX, que tinham como finalidade promover assessorias, treinamentos e capacitação afim de encaminhar os empreendedores no caminho legal organizacional frente a legislação vigente, fornecendo informações técnicas e culturais sobre o mercado econômico (DORNELAS, 2005).

Na medida em que os anos vão passando, a tendência chamada empreendedorismo evolui de forma impressionante, de forma que são superados barreiras e preconceitos em um mercado cada vez mais competitivo. Isso deve ao fato de que a globalização e os novos conceitos econômicos estreitam as relações de trabalho e possibilitando uma oportunidade para quem tem vontade de se lançar como empreendedor (SCHLINDWEIN, 2004)

A partir disso, o empreendedorismo surge por meio dos avanços tecnológicos e sua constante evolução. Entretanto, o mercado competitivo atual carece de novos

empreendedores com postura de iniciativa para com isso, trazer novidades e conceitos bem elaborados que atendam a necessidade da sociedade e também possibilite atingir metas estabelecidas por parte dos empreendedores (SENTANIN; BARBOZA, 2005).

2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS EMPREENDEDORES

Não é de concordância de todos os autores quanto aos tipos de empreendedores. Existem várias classificações, conceitos e diferentes abordagens sobre a classificação dos empreendedores. Com isso, serão apresentados na sequência os tipos de empreendedores e suas características para atuação.

2.2.1 Empreendedor nato

O chamado Empreendedor Nato ou Mitológico é o mais popular dentre os demais pois eles são venerados por suas histórias de vida, as superações obtidas, as dificuldades enfrentadas e o sucesso atingido. Esse tipo de empreendedor inicia sua trajetória ainda muito novos e ganham experiências na medida em que os anos vão passando. Em países do ocidente, os mesmos são caracterizados por serem pessoas de outras nacionalidades que migraram para o país ou são filhos até mesmo de imigrantes (DORNELAS, 2005).

Ainda segundo Dornelas (2005), dentre suas características, os mesmos possuem como particularidades a visão, o otimismo, destreza, e objetivos a serem alcançados. Tudo isso são atributos que colaboram socialmente com esse tipo de empreendedor, tanto frente a sociedade quanto ao mercado econômico.

Em outras palavras o empreendedor nato é aquele que têm muito sucesso na ao longo de sua carreira, tornando-se grandes negociantes e vendedores. Eles se destacam por visualizar a longo prazo, buscando sempre alcançar seus objetivos de vida. Um exemplo de empreendedor nato é o americano Steven Paul Jobs, co-fundador e CEO da Apple, Next e Pixar, que através de suas idéias revolucionou o mercado de computadores pessoais, celulares, tablets, música, filmes de animações e publicações digitais (FEITOSA, 2017).

Segundo Lima (2017, p. 2):

Os empreendedores natos (mitológicos) os quais são geralmente os mais conhecidos e reverenciados. Normalmente são as pessoas que começaram a trabalhar desde muito cedo, com poucas condições, e acabaram criando grandes empresas. Como desde muito jovens esses empreendedores iniciaram a sua jornada de trabalho, acabaram adquirindo a habilidade de negociação e venda, são visionários, otimistas, estão sempre à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seu sonho

Como não é unanimidade a classificação dos empreendedores por diversos autores, é possível relacionar o empreendedor nato com o tipo concebido por Tranjan (2010), que classifica como empreendedor guerreiro o mesmo indivíduo aclamado pela sociedade, por ser persistente na busca pelo sucesso do próprio negócio, afim de chegar aos seus objetivos traçados.

2.2.2 Empreendedor que aprende

Segundo Dornelas (2005), esse tipo de empreendedor é o que mais tem surgido nos últimos anos. Eles são um tipo que enxergam uma possibilidade e deixam para trás o que antes faziam, para se dedicar e dar total atenção ao seu recém-criado empreendimento. Um ponto importante a ser considerado é que o empreendedor que aprende são pessoas que estão dando início ao seu empreendimento sem nunca ter atuado no ramo.

Suas principais características são a capacidade de planejamento, iniciativa, autoconfiança, liderança e perseverança. Os empreendedores que aprendem em sua grande maioria mudam repentinamente de carreira quando percebem a iminência de demissão ou quando já estão desempregados (DORNELAS, 2008).

Devido a uma falsa estabilidade em seus antigos empregos e por não achar que seriam capazes de assumir grandes riscos, o empreendedor em questão teve a necessidade de aprender a lidar com situações novas para assim obter sucesso com seus empreendimentos (DORNELAS, 2008).

2.2.3 Empreendedor serial

Esse tipo de empreendedor é responsável pela criação de novos negócios, onde sua paixão não se resume apenas ao empreendimento que criou mais sim o ato de empreender diariamente. Ou seja, o mesmo não se contenta em criar somente o negócio, mas sim evoluir e construir uma grande corporação

(DORNELAS, 2005).

O empreendedor serial é caracterizado por ser uma pessoa dinâmica, que busca desafios ao criar algo novo, não assumindo postura de executivo para liderar grandes grupos. Ele é atento a tudo que gira em torno de si e se auto define pela expressão, “tempo é dinheiro”. Suas habilidades partem da criação de equipes dinâmicas, onde há devida motivação, afim de captar recursos e colocar a empresa em funcionamento (SILVA, 2014).

Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não se sente satisfeito enquanto não as ver implementadas. Precisa sempre de um novo desafio para manter-se motivado. As vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e é normal ter várias histórias de fracasso. O que sempre serve de estímulo e superação para o próximo desafio (DORNELAS, 2005).

Em outras palavras:

O empreendedor serial é aquele que cria o negócio para vendê-lo. Dessa forma, o capital ganho com essa ideia inicial é utilizado para criar outro, vendê-lo novamente e produzir algo novo sempre, tornando-se uma atividade cíclica. Assim a venda é parte do fim de um empreendimento e o começo de um novo (LIMA, 2017, p. 2).

Para Tranjan (2010), o empreendedor serial tem a mesma definição do Empreendedor Curioso que não tem receio dos riscos iminentes afim de encará-los observando a região para atuação, tendo a convicção que a oportunidade não pode ser desperdiçada.

2.2.4 Empreendedor corporativo

Devido a constante elevação concorrencial das grandes organizações, se viu a necessidade de renovação, através da inserção de pessoas competentes, com capacidade de gerenciar e conhecer as novas ferramentas administrativas, ou seja, as novas ferramentas tecnológicas disponíveis no mundo (DORNELAS, 2005).

Esse tipo de empreendedor é o que mais vem ganhando notoriedade nos últimos anos, pelo fato de que as grandes organizações necessitam cada vez mais de ideias inovadoras e com isso se renovar diante do mercado. O empreendedor corporativo tem como características sua capacidade de gerencia além de conhecer bem o uso de ferramentas administrativas. Outra característica é a de ser um intraempreendedor, que insere novos projetos e ideais na organização em que atua

visando sempre evoluir profissionalmente (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

Semelhantes ao empreendedor corporativo, o empreendedor jogador estipula metas de sucesso buscando sempre para si a melhor qualidade de serviços prestados e a partir disso a cobiça das grandes corporações passa assim oferece-lo propostas, podendo até comprar a empresa rival. (TRANJAN, 2010).

2.2.5 Empreendedor Social

O empreendedor social possui como objetivo a construção de um mundo melhor para as pessoas, onde o mesmo desenvolve e pratica causas humanitárias por meio de um empenho singular. Sua vontade de promover a bondade em conjunto com a vontade de ganhar dinheiro move este tipo de empreendedor. Seu trabalho em equipe é imprescindível e sua finalidade é mudar o mundo inspirando pessoas segui-lo e promover o bem (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

De acordo com Dornelas (2008), suas principais características partem da iniciativa, agilidade e voluntariedade.

Como as definições e conseqüentemente as denominações se diferem de autor para autor, o empreendedor social se assemelha ao empreendedor solidário, que como o nome já diz, possui um ambiente comercial solidário sem perder o êxito financeiro partindo sempre do bem, usando ética e moral, fazendo a correlação da importância do lucro e da solidariedade. Já o empreendedor cultivador, se assemelha do social pelo fato de fazer a diferença e proporcionar um mundo melhor para as pessoas por meio de seu empreendimento. Ou seja, o mesmo tem o pensamento concreto de que o trabalho aproxima as pessoas e promove sempre a paz. Em contrapartida, ele não visa o lucro como prioridade e faz uso da consciência diante dos interesses coletivos (TRANJAN, 2010).

2.2.6 Empreendedor por necessidade

De acordo com Zuini (2014), o empreendedor por necessidade é considerado como o tipo que merece destaque devido o mesmo ser o mais numeroso dentre os demais. Ou seja, engloba aquelas pessoas que só empreendem para sobreviver.

Em outras palavras, ele cria o próprio negócio devido à falta de opções, em

que a impossibilidade de acesso ao mercado de trabalho é mais difícil e em outros casos, os indivíduos são pessoas que foram demitidos e precisam de meios para se sustentar (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

Para Dornelas (2008), esses empreendedores possuem atitudes bem mais simples, não são tão inovadoras quanto os demais e a pressa por resultados faz com que o mesmo atue de forma inadequada, não contribuindo com os impostos taxados por lei inviabilizando assim o desenvolvimento do empreendimento mediante a economia do Brasil (DORNELAS, 2008).

2.2.7 Empreendedor hereditário

Este empreendedor como o nome já diz, têm como objetivo dar sequência ao empreendimento do legado da família seja manter o negócio estabilizado ou até mesmo buscar evolução do próprio. Em alguns casos a finalidade dos mesmos é multiplicar o patrimônio familiar. Isso se deve ao fato de que o ensinamento de como proceder é repassado muito cedo para assim, o indivíduo tomar ciência de como funciona os negócios da empresa da família (DORNELAS, 2005).

Em outras palavras, o empreendedor herdeiro deve ser responsável por dar continuidade o legado de sua família, pois em vários países as empresas familiares muitas das vezes se tornam bem-sucedidas e impérios são construídos por meio dos empreendedorismos, o que comprova a habilidade de passar o comando para o sucessor hereditário (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

Existem variações para os empreendedores herdeiros podendo ser considerados como conservadores que tem como característica manter de forma estagnada o andamento do empreendimento, sem modificar sua forma de execução e atuação frente ao mercado. E podem ser empreendedores herdeiros inovadores que possuem características ambiciosas que vem as inovações tanto nos processos produtivos quanto no incremento tecnológico em seus empreendimentos como meio para aumentar os lucros da organização (LIMA, 2008).

2.2.8 Empreendedor normal

O indivíduo que faz uso de um elaborado planejamento, tem a possibilidade

de aumentar as chances de concretizar seu empreendimento, tornando-o bem-sucedido. Essa é a característica principal de um empreendedor normal (BIFF; ZILLI; VIEIRA, 2017).

De acordo com Dornelas (2005), o destaque maior desse tipo de empreendedor, parte do seu planejamento, buscando a minimização de riscos a partir da definição de etapas a serem realizadas para assim, antecipar as decisões do empreendimento. O mesmo visualiza bem o futuro, objetivando metas concretas a longo prazo, que o define como o tipo de empreendedor mais completo e seguro quanto suas ações.

Tranjan (2010) traz um tipo de empreendedor semelhante, chamado de perito que possui conhecimento de mercado advindas de inúmeras pesquisas, estudos e preparo, suprimindo as necessidades dos consumidores, fornecendo seus serviços competentes e merecendo o devido reconhecimento.

Diante do exposto, as definições expostas pelos autores acima citados atribuindo o perfil de cada empreendedor serve de modelo a ser usados como base para quem necessita de conhecimento e informação para saber em qual dos tipos melhor se enquadram para assim poderem atuar de forma segura e concreta em um mercado diverso e competitivo.

2.3 REALIDADE ATUAL DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS

De acordo com o G1 (2020), uma reportagem realizada por Pequenas empresas & Grandes Negócios apontaram que no Brasil em 2020 até o momento, a formalização de empreendedores superou o número do ano de 2019, chegando a 1 milhão a mais de empreendedores formalizados.

Para o SEBRAE (2007), existe a divisão dos pequenos negócios através dos segmentos por faixa de faturamento, tendo apenas não incluso o pequeno produtor rural. Seguindo os critérios da Lei Complementar Federal 123/06, de 14 de dezembro de 2006, que estabeleceu normas gerais em âmbito tributário podendo definir e também prever o tipo de tratamento diferenciado e favorecido para as Micro e Pequenas Empresas (MPE's).

Por ventura, estabeleceu a classificação dos pequenos negócios com base na receita bruta anual que em resumo define os pequenos negócios da seguinte

maneira, como mostra a tabela a seguir:

Tabela 1 - Critérios de classificação de empresas quanto a receita operacional bruta anual.

Classificação	Receita operacional bruta anual
Microempreendedor Individual (MEI)	Receita bruta anual até R\$ 60 mil;
Microempresa (ME)	Receita bruta anual de até R\$ 360 mil;
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	Receita bruta anual entre R\$ 360 mil até R\$ 3,6 milhões;
Pequeno Produtor Rural (PPR)	Possuir propriedade com até 4 módulos fiscais ou faturamento anual de até R\$ 3,6 milhões.

Fonte: Adaptado BRASIL (2006).

Atualmente, o enquadramento dos MEI, ME, EPP estabelecidos podem ser vistos na tabela 2:

Tabela 2 - Enquadramento atual dos MEI, ME e EPP.

Enquadramento	Receita bruta
MEI	Até R\$ 81 mil reais
ME	Até R\$ 360 mil reais
EPP	Superior a R\$ 360 mil reais até R\$ 4,8 milhões de reais.

Fonte: Adaptada de PEREIRA (2019).

O SEBRAE (2006) disponibiliza número de empregados como critério de classificação do porte das empresas seguindo os critérios da Lei Complementar Federal 123/06 como pode ser visto abaixo:

Tabela 3 - Critérios de classificação de empresas quanto ao número de Empregados.

Classificação	Número de empregados	
	Indústria	Comércios e serviços
Grande empresa	Mais de 500	Mais de 100
Média empresa	Entre 100 e 499	Entre 50 e 99
Pequena empresa	Entre 20 e 99	Entre 10 e 49
Microempresa	Até 19	Até 9

Fonte: Adaptado SEBRAE (2006).

Para fins de enquadramento atualmente das MPE, ME e EPP, não é realizada a inclusão da apuração das receitas financeiras, onde somente é considerada a soma das receitas de todos os setores pertencentes as empresas. Tomando como base a arrecadação, para enquadramento, a contagem deve ser iniciada a partir da sua inscrição (FLEURY, 2010).

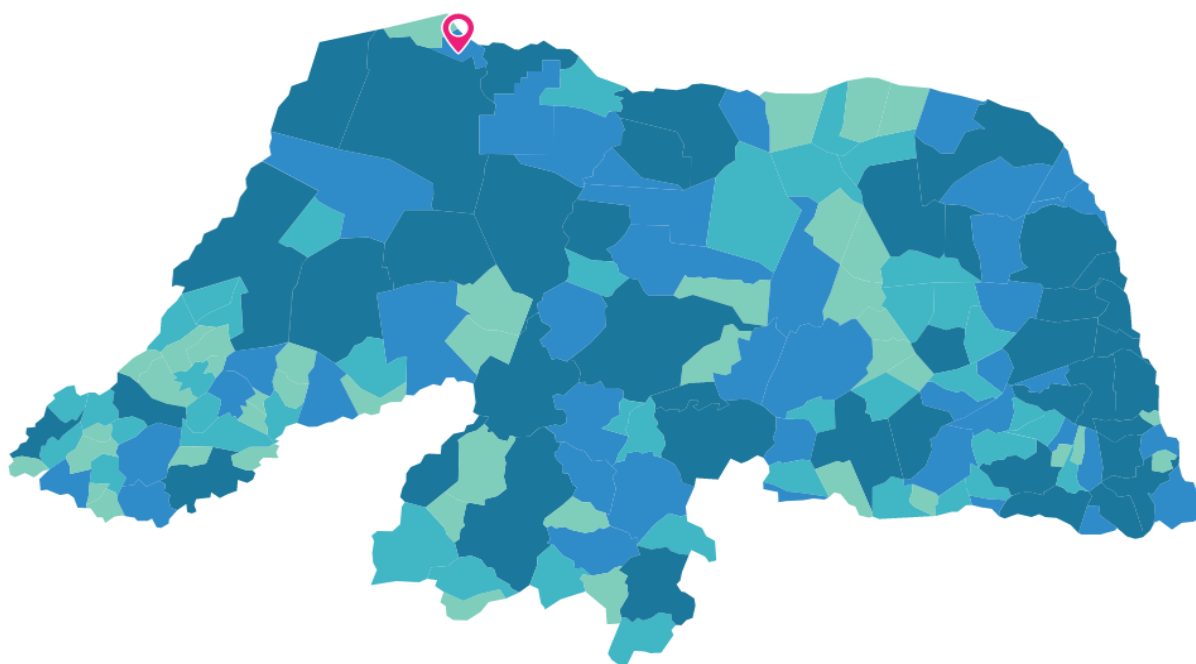
Por fim, de acordo com a Lei Complementar nº 123/06 para a realização do enquadramento do empresário ou da sociedade simples como ME ou EPP, bem como o seu desenquadramento não se faz necessário modificações, denúncias ou restrições de contratos anteriormente firmados (FLEURY, 2010).

2.4 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE GROSSOS/RN

O município de Grossos localizado às margens do rio Mossoró, recebeu o nome de Grossos devido a presença de uma ilha em seu território em que tal ilha é completamente coberta por um capim grosso, chamada de ilha dos Capins Grossos. No ano de 1760, o Sargento-Mor Antônio de Souza Machado se fixou na localidade a partir da implantação de fazendas de criação de gado em conjunto com seu cunhado José Alves de Oliveira (PREFEITURA MUNICIPAL DE GROSSOS, 2020).

A partir dessa parceria acarretou no surgimento de oficinas de carne de charque que produziam e comercializavam para o Sul do país. Durante um longo período de tempo, Grossos foi disputado pelos governos do Rio Grande do Norte e também pelo Ceará, que por sua vez sua área foi reivindicada pelo Ceará chegando a transformá-la em uma vila. Em 17 de julho de 1920, por intermédio do jurista e Senador da República Rui Barbosa, o Rio Grande do Norte assume definitivamente os direitos sobre o território de Grossos. Porém, apenas em 11 de dezembro de 1953, por meio da Lei nº 1.025, Grossos foi separada do até então município de Areia Branca-RN, tornando-se oficialmente município do Rio Grande do Norte.

Figura 1: Localização do Município de Grossos/RN.



Fonte: IBGE (2020).

O município de Grossos está situado na Microrregião de Mossoró e fica a 332 km de distância da capital do estado Natal, abrangendo uma área de 124,538 Km² de território. Para o ano de 2020 de acordo com o IBGE, a população estimada é 10.463 pessoas, apresentando um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 0,664, que é considerado um valor médio, já que essa taxa varia de 0 a 1. (IBGE, 2020).

De acordo com o site da Prefeitura Municipal de Grossos, a principal atividade econômica a indústria salineira, onde boa parte da produção abastece as grandes indústrias alimentícias do país, e também, é exportado para outros países. Outras atividades que podem se destacar no município é o turismo com suas praias que são verdadeiros cartões postais, a pesca, o artesanato, extração do petróleo e o comércio, que vem avançando gradativamente com o passar dos anos (PREFEITURA MUNICIPAL DE GROSSOS, 2020).

Contudo, o comércio é de pouca expressão mais que começa a se desenvolver a partir de novas ideias e possibilidades como a evolução do artesanato por meio da produção de garrafas com desenhos feitas com areia colorida e também objetos decorativos feitos com búzios e outros materiais reciclados (PREFEITURA MUNICIPAL DE GROSSOS, 2020).

3. METODOLOGIA

Esse presente capítulo trará consigo todos os procedimentos utilizados ao decorrer da pesquisa, para assim, chegar a um consenso quanto a realidade dos fatos através de um estudo do senso comum sem abrir mão da ciência para assim, atingir o conhecimento aceitável por meio do uso de métodos científicos próprios tomando como fundamentação a metodologia científica.

Tendo como base os procedimentos metodológicos, a presente pesquisa é classificada como descritiva que possui a finalidade de descobrir de maneira precisa a frequência em que os fenômenos acontecem, suas relações externas e também a natureza com suas características definidas

Nas palavras de Oliveira (2013), uma pesquisa descritiva é aquela que aprofunda no assunto estudado onde é possível narrar todos os acontecimentos após a análise dos fatos e acontecimentos mais pertinentes possíveis, dos fatos que foram pesquisados. E para reforçar Andrade (2010), enfatiza que os fatos devem ser observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem nenhuma interferência.

Quanto aos procedimentos para coleta de dados, de início se deu através de pesquisa bibliográfica e em seguida uma pesquisa de campo, sendo está por meio de aplicações de questionários destinados aos empreendimentos que no qual compõem o comercio do município de Grossos/RN, como pode ser visto no Anexo A do presente trabalho.

Para a realização do tratamento dos dados obtidos em campo seguiu a ótica do tipo de pesquisa quantitativa, devido ao fato de que o processo se deu por meio de um formulário estruturado de aplicação contendo perguntas objetivas e subjetivas com a finalidade de obter o maior número de informações possíveis.

Em relação a natureza da pesquisa determinada como quantitativa, de acordo com Richardson (1999), uma pesquisa quantitativa pode ser definida pelo uso da quantificação na de coleta de dados informativos para tratamento, sendo realizada para conclusão técnicas estatísticas com finalidade da busca e da validação das hipóteses por meio do uso de dados estruturados.

Através da pesquisa quantitativa houve a possibilidade e consequentemente a codificação das respostas, tabulação dos dados para finalizar com a análise e interpretação dos referidos. Sendo que nesse trabalho foi feito o uso da ferramenta

operacional Microsoft Office Excel® para a construção de gráficos e tabelas. Para a apresentação e discussão dos resultados utilizou o método de estatística descritiva.

Como instrumento para a coleta de dados e realização do estudo, foi elaborado previamente um questionário (Apêndice) e utilizado para entrevistar os responsáveis pelos empreendimentos do município de Grossos/RN que se disponibilizaram a responder, que no total resultou em cinquenta e cinco questionários aplicados e consequentemente respondidos, havendo a opção de identificação por parte dos empreendimentos de acordo com seu proprietário.

Cervo & Bervian (2002, p. 48), se posicionam quanto a necessidade do questionário pois m mesmo é importante a partir do momento em que “[...] refere-se a um meio de obter respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche”.

O universo da pesquisa será de acordo com a disponibilidade dos empreendimentos do município de Grossos no estado do Rio Grande do Norte, e por fim, os dados coletados foram analisados descritivamente e a partir das informações obtidas, foi possível chegar a conclusão frente aos objetivos do presente trabalho de conclusão de curso.

Os dados serão demonstrados através de números percentuais quantitativos, que estão contidos nas respostas do formulário de campo, podendo assim caracterizar os empreendedores e seus respectivos empreendimento.

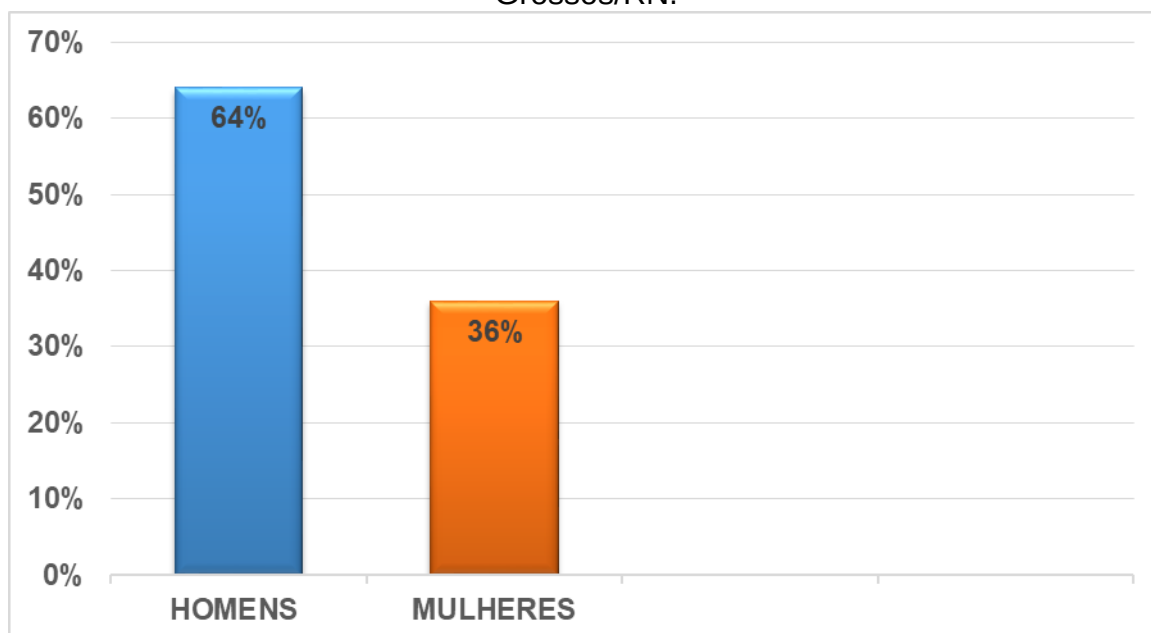
A pesquisa de campo foi realizada no período de 7 a 8 de janeiro do Ano de 2020, onde foram entrevistados 55 empreendimentos no centro comercial do município de Grossos-RN.

4.RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1.1 Distribuição dos empreendimentos por gênero

No município de Grossos os empreendedores do gênero masculino totalizaram 64%, sendo 35 empreendimentos que possuem o indivíduo masculino como empreendedor. Já para o gênero feminino foram obtidos um total de 20 empreendimentos entrevistados totalizando 36% dos entrevistados. (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Distribuição de empreendedores por gênero no município de Grossos/RN.



Fonte: Autoria própria (2020).

A evolução tecnológica pode ser um dos motivos que estão levando as variadas transformações na estrutura da sociedade, provocando mudanças dentro do convívio familiar, no ambiente acadêmico e dentro das próprias organizações profissionais e mesmo as diversas barreiras a serem superadas as mulheres passaram a ganhar mais espaço no mercado de trabalho e a tendência é de que as mesmas podem em um futuro próximo se tornarem grandes empreendedoras.

Para confirmar ainda mais com a assertiva, de acordo com a pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2019), a taxa de empreendedorismo no Brasil entre os dois gêneros é considerada igualitária, colocando assim a mulher brasileira como uma das mais empreendedoras do mundo.

Mesmo com tantos dados e informações que comprovam o quão importante é a mulher como empreendedora, as mesmas ainda sofrem com os preconceitos impostos pela sociedade (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

Ou seja, com a constante discriminação de gênero ainda é possível revelar uma menor credibilidade pelo fato de o mundo capitalista ainda ser mais tradicionalmente associado aos homens, acarretando assim uma maior dificuldade de inserção da mulher no mercado econômico mesmo sendo que a própria tem que conciliar demandas familiares com o seu empreendimento.

4.1.2 Distribuição dos empreendedores por faixa etária no município de Grossos/RN.

De acordo com a Tabela 4 e como pode ser visto também no Gráfico 2 a faixa etária predominante entre os empreendedores do sexo masculino tem predominância de idade variando entre 31 a 40 anos totalizando 14 entrevistados. Da mesma forma o sexo feminino com 11 respostas obtidas.

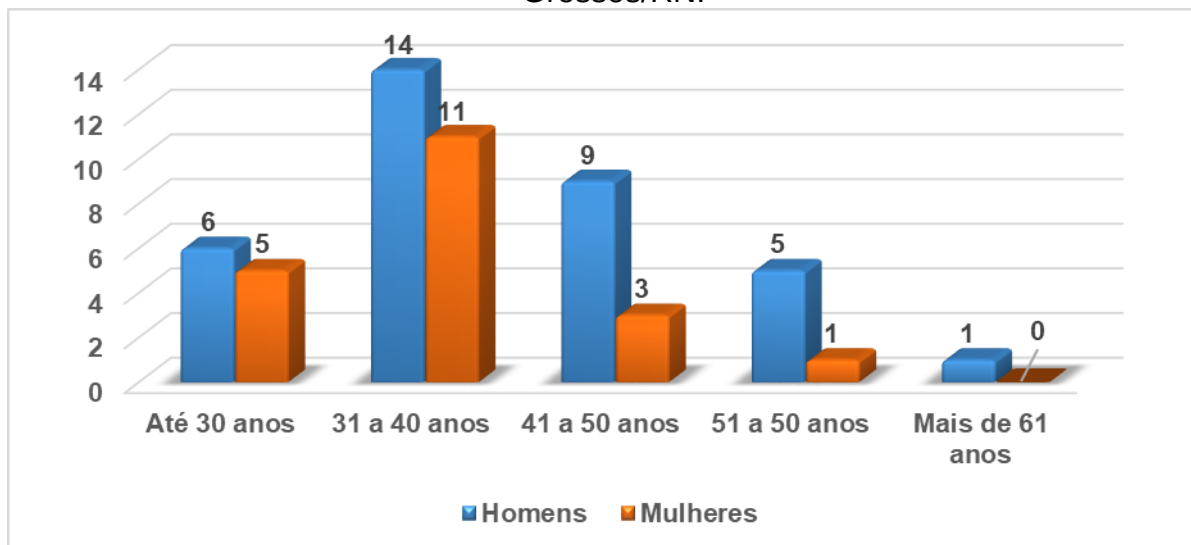
Tabela 4 - Distribuição dos empreendedores pela faixa etária no município de Grossos/RN

Resposta	Quantidade			Percentual (%)		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Até 30 anos	6	5	11	17,14	25,00	20,00
31 a 40 anos	14	11	25	40,00	55,00	45,45
41 a 50 anos	9	3	12	25,71	15,00	21,82
51 a 60 anos	5	1	6	14,29	5,00	10,91
Mais de 61 anos	1	0	1	2,86	0,00	1,82
Total	35	20	55	100	100	100,0

Fonte: Autoria própria (2020).

De acordo com o GEM (2019), o jovem brasileiro cada vez se insere no mercado com idade cada vez mais baixa e a elevação se mostrou nos números onde os jovens de 25 a 34 anos totalizando 26% do total de empreendedores, atrás somente da faixa etária entre 35 e 44 anos com 26,7%.

Gráfico 2 - Faixa etária dos empreendedores entrevistados do município de Grossos/RN.



Fonte: Autoria própria (2020).

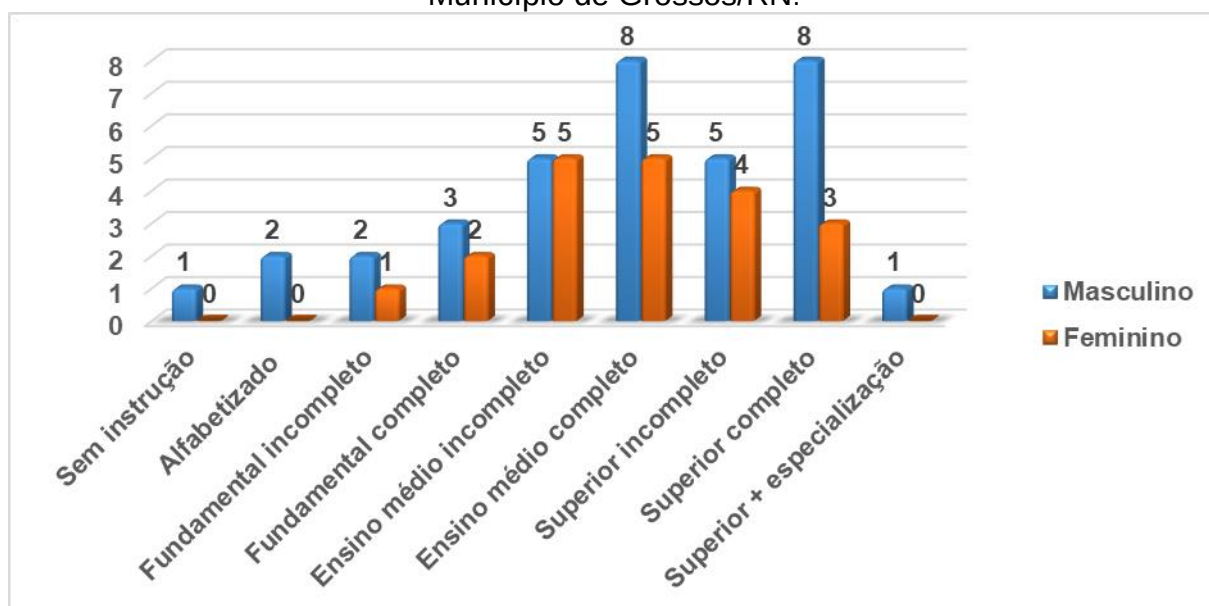
É importante frisar que com o apontamento dos dados expondo informações demonstrativas que mostra que a maioria dos empreendedores são considerados jovens, o ato de empreender é acessível para cada indivíduo, independentemente da idade.

O que se deve ater para quem opta por empreender é primeiramente fazer uma pesquisa e vê de acordo com suas características, qual tipo de empreendedor mais se assemelha, como pode ser visto no tópico 2.2, para se lançar como empreendedor, o mesmo deve entender o conceito de empreendedorismo para assim.

4.1.3 Distribuição dos empreendedores pelo grau de escolaridade

Quanto a escolaridade dos empreendedores do município de Grossos, constatou-se com os dados obtidos, vistos no Gráfico 3, grande parte dos entrevistados possuem ensino médio completo totalizando 8 entrevistas realizadas e também os empreendedores que possuem superior completo também totalizaram 8 entrevistas.

Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores pelo grau de escolaridade do Município de Grossos/RN.



Fonte: Autoria própria (2020).

Pode-se concluir por meio dos números obtidos e expostos no gráfico acima e também na tabela 5, logo a seguir que os empreendedores estão procurando se adequar ao mercado por meio da qualificação educacional onde pode-se chegar à conclusão que para obtenção de sucesso, a instrução advinda da educação deve ser vista como forma de um melhor desenvolvimento pessoal, social e econômico.

Tabela 5 - Grau de escolaridade dos empreendedores do Município de Grossos.

Resposta	Quantidade			Percentual (%)		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Sem instrução	1	0	1	2,86	0,00	1,82
Alfabetizado	2	0	2	5,71	0,00	3,64
Fundamental incompleto	2	1	3	5,71	5,00	5,45
Fundamental completo	3	2	5	8,57	10,00	9,09
Ensino médio incompleto	5	5	10	14,28	25,00	18,18
Ensino médio completo	8	5	13	22,86	25,0	23,64
Superior incompleto	5	4	9	14,28	20,0	16,36
Superior completo	8	3	11	22,86	15,0	20,00
Superior + Especialização	1	0	1	2,86	0,00	1,82
Total	35	20	55	100	100	100

Fonte: Autoria própria (2020).

De acordo com Teixeira (1976), a escola tem papel fundamental para a

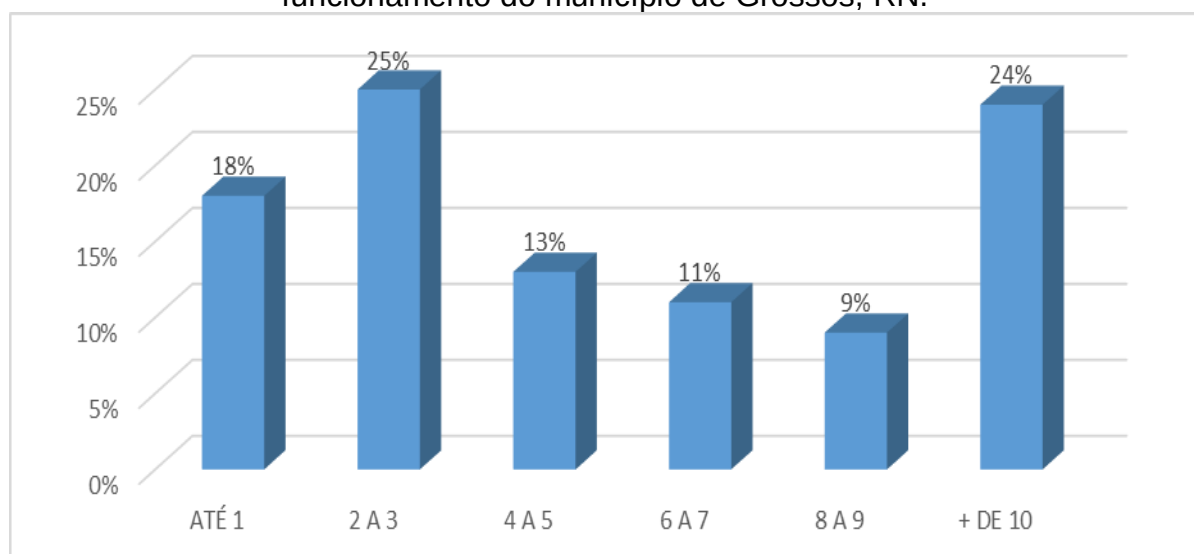
disseminação do empreendedorismo, pois são nelas que as crianças ganham conhecimentos, experiências e aprendizados que usarão em toda sua vida, tanto no pessoal quanto no profissional.

Por fim, 100% dos empreendedores de Grossos, possuem algum nível de instrução. Isso reflete a assertiva acima exposta de que a educação possibilita maiores vantagens frente a um mercado em constante evolução.

4.1.4 Distribuição dos empreendimentos de acordo com o tempo de funcionamento no município de Grossos/RN.

Por meio da pesquisa realizada no município de Grossos, no estado do Rio grande do Norte, pode-se constatar, a partir do gráfico 4, os dados reveladores do município.

Gráfico 4 - Distribuição dos empreendimentos de acordo com o tempo de funcionamento do município de Grossos, RN.



Fonte: Autoria própria (2020).

Por meio do Gráfico 4, verifica-se que 25% dos empreendimentos estão em funcionamento por um período de 2 e 3 anos, enquanto, 24% funcionam a mais de 10 anos, em seguida apresenta-se os empreendimentos com 1 ano de funcionamento que corresponde a 18%.

A maior parte dos entrevistados possuem empreendimento relacionados ao comércio chegando a 56,36% de ambos os gêneros, enquanto 45,45% possuem empreendimento relacionados a prestação de serviços como pode ser visto na tabela abaixo.

Tabela 7 - Distribuição dos empreendimentos de acordo com o tipo de comércio do município de Grossos, RN.

Tipo de comércio	Quantidade	Percentual
Comércio	31	56,36%
Serviços	24	43,64%
Total	55	100%

Fonte: Autoria própria (2020).

Assim, é perceptível que os empreendimentos no município variam de forma igualitária quanto ao tempo de funcionamento, podendo ser justificado com a recente evolução e desenvolvimento econômico do mesmo. A maioria dos empreendimentos entrevistadas estão em uma área privilegiada de turismo o que pode refletir no sucesso.

Porém, em contrapartida, não são todos os empreendimentos que atuam de forma legal, de acordo com as normas e leis vigentes para atuação como empreendedor. 43 entrevistados englobando ambos os gêneros estão registrados e 12 entrevistados dizem que não possuem nenhum tipo de registro como pode ser visto no Anexo B.

Tabela 8 - Distribuição dos empreendimentos de acordo com o registro do município de Grossos, RN.

Registro	Quantidade	Percentual
Registrada	43	78,18%
Não registrada	12	21,82%
Total	55	100%

Fonte: Autoria Própria (2020).

O ato de se formalizar e consequentemente registrar a empresa pode resultar em novas oportunidades de sucesso para os empreendimentos. Ou seja, os empreendimentos podem adquirir mais chances de fechar parcerias, linhas de crédito e receber subsídios do governo. No caso de Grossos, os empreendimentos que afirmaram não possuir registros, podem usar como justificativa o fato de não haver fiscalização e com isso não pagariam taxas ao governo.

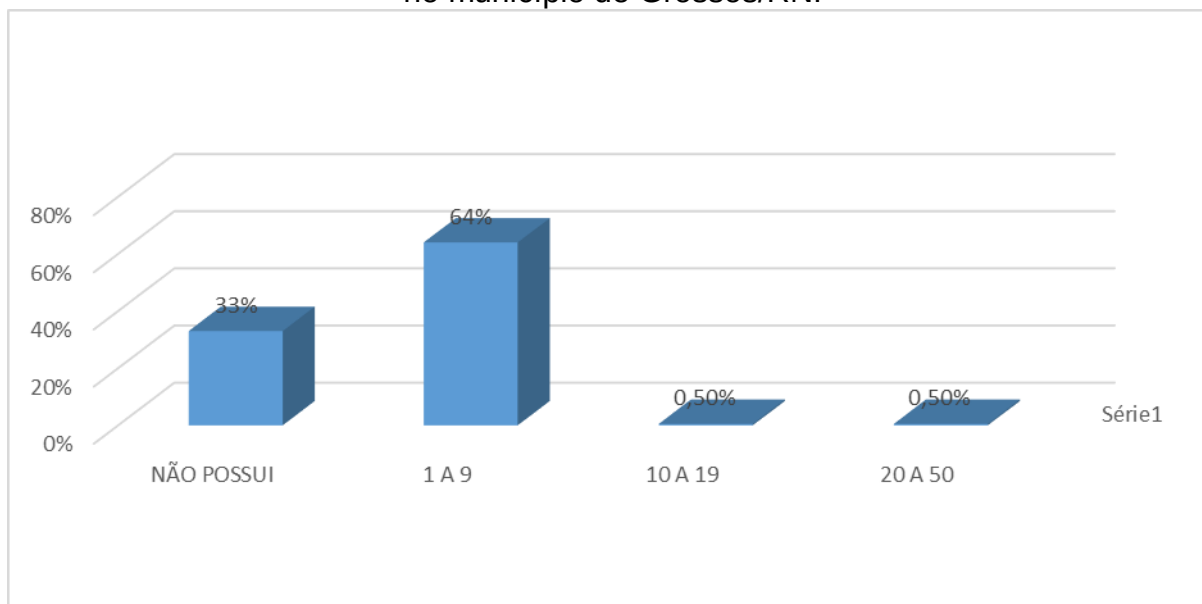
Com isso, de acordo com os dados disponíveis no Anexo B, 16% dos empreendedores responderam não fazer uso de nenhum tipo de linha de crédito, ou empréstimos. Ou seja, pode haver uma relação entre os empreendedores não formalizados. Já 84% dos entrevistados afirmaram que já fizeram uso de tais benefícios com intuito de evoluir seus empreendimentos para melhor atender a

população.

4.1.5 Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Grossos/RN.

No gráfico 5, é apresentado o número de funcionários presentes nos empreendimentos pesquisados. De acordo com os dados, 33% dos pesquisados não possuem funcionários. O número de 1 a 9 funcionários totalizaram 64% das respostas dos empreendimentos. E totalizando 1% das respostas possuem entre 10 e 50 funcionários.

Gráfico 5 - Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Grossos/RN.



Fonte: Autoria própria (2020).

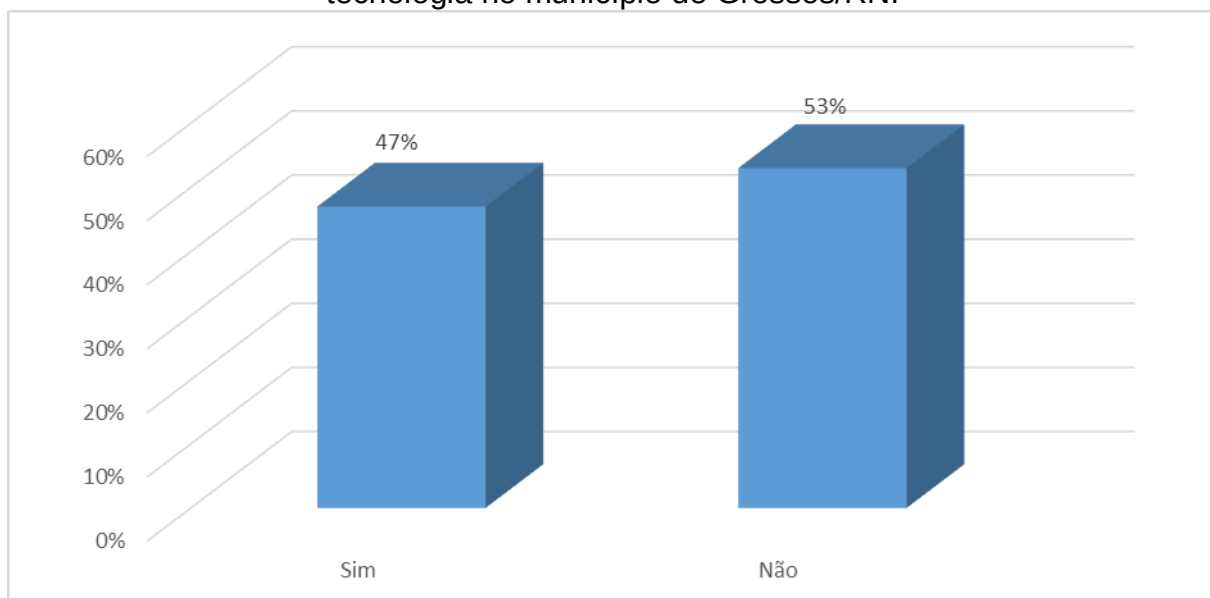
Esses dados revelam que apesar de ser uma cidade pequena, o número de funcionários pode se justificar pelo fato de ser uma cidade litorânea considerando o turismo como uma atividade econômica muito forte, havendo uma frequência de turistas que visitam a mesma.

As informações obtidas podem refletir no porte dos empreendimentos do município de Grossos/RN. Pois 16 dos empreendimentos entrevistados se consideram como empreendedores individuais e 39 das respostas se enquadram como microempreendimentos.

4.1.6 Distribuições Dos Empreendimentos Que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Grossos/RN.

Sobre o uso de tecnologias nos empreendimentos, o total de quem faz uso resultou em um total equivalente a 47% dos entrevistados, número bastante considerável. Já os que não usam tecnologias totalizaram 53% como visto a seguir.

Gráfico 6 - Distribuições dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Grossos/RN.



Fonte: Autoria própria (2020).

Os recursos tecnológicos são utilizados pelos empreendedores tanto para fins pessoais quanto para fins do empreendimento. Os mesmos servem como ferramenta de divulgação do empreendimento fazendo uso de tecnologias acessíveis a maior parte da população por meio do WhatsApp, Instagram, Facebook e Rádio Difusora.

Nos empreendimentos particularmente existe também o uso de ferramentas tecnológicas como: leitor de código de barras, planilhas eletrônicas, softwares para usos específicos dentro da empresa e outros.

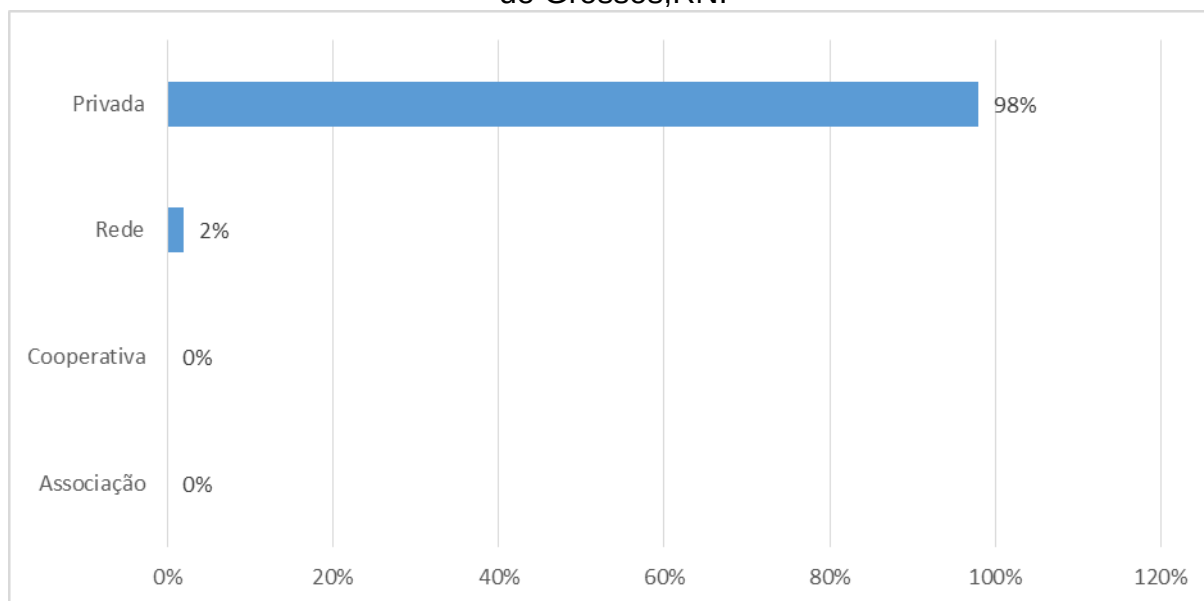
Já quem não faz uso de tecnologia, tiveram como motivo a opção não usar nenhum meio tecnológico, pois não veem necessidade para o empreendimento que está se desenvolvendo da forma que está.

A distribuição de acordo com as respostas obtidas dos empreendedores de Grossos mais detalhada, pode ser vista no Anexo B.

4.1.7 Distribuição de acordo com o caráter do estabelecimento no município de Grossos/RN.

Em relação ao caráter dos empreendimentos, 98% afirmaram que são privados, 2% são fazer parte de rede e não houveram respostas quanto a associação ou cooperativa. É apresentando a seguir, informações obtidas, auxiliadas pelo Anexo B, no final do presente trabalho. (Gráfico 7).

Gráfico 7 - Distribuição de acordo com o caráter do estabelecimento no município de Grossos, RN.



Fonte: Autoria própria (2020).

No município de Grossos, quanto a situação dos imóveis utilizados para funcionamento dos empreendimentos, dos 55 entrevistados, 12 responderam que são alugados, 35 são próprios e 8 possuem seus empreendimentos em casa como podemos verificar na tabela abaixo.

Outra questão levantada na pesquisa foi se os empreendedores pensam em fazer com que suas empresas cresçam, ou seja, se pretendem fazer melhorias em um futuro próximo, tendo como resposta provenientes dos 55 questionários obtidos, 24 empreendedores afirmaram ter intenções de promover melhorias, já 31 das respostas obtidas estão satisfeitos com o que possuem e não pretendem evoluir seus empreendimentos.

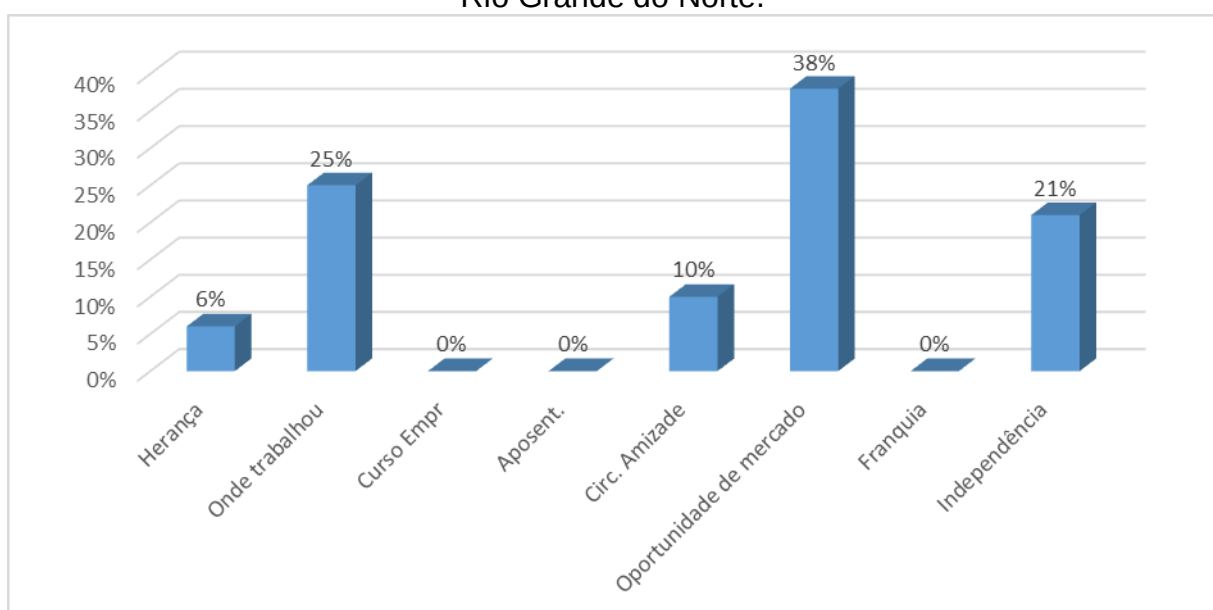
4.1.8 Origem dos empreendimentos do município de Grossos no estado do Rio Grande do Norte

No Gráfico 8, logo a seguir é apresentada a distribuição dos empreendimentos que surgiram a partir da ideia ou situação em que se encontrava

os empreendedores.

Vem demonstrando que os entrevistados têm uma base razoável conhecimento quanto as oportunidades de mercado com 38%. Em seguida com 25% das respostas tiveram como fonte de inspiração onde trabalhou. Já 21% dos entrevistados afirmaram que a ideia de empreender vem da vontade de ser independente, afim de proporcionar melhor bem-estar. 25% tiveram a ideia em meio ao círculo de amizade e 6% possuem seus empreendimentos advindos de herança familiar.

Gráfico 8 - Origem dos empreendimentos do município de Grossos no estado do Rio Grande do Norte.



Fonte: Autoria própria (2020).

O que se pode concluir através dos dados obtidos é que existe um elevado percentual dos entrevistados visionários e que tem o empreendedorismo como meio principal de vida e consequentemente, disponibilizar produtos em que carece o mercado.

Para finalizar o presente tópico das 55 entrevistas foi possível constatar que 10 dos entrevistados responderam possuir outros empreendimentos e 45 das respostas obtidas afirmaram ter apenas um único empreendimento. Já quando questionados sobre ter seu empreendimento como única fonte de sustento, 39 dos entrevistados afirmaram ser a única fonte de sustento e 16 afirmaram possuir outras fontes de renda.

4.1.9 - Distribuições por tipos de empreendimentos do centro comercial do

município de Grossos/RN.

A Tabela 6, mostra a distribuição dos empreendimentos de forma mais detalhada, o que mostra a variedade de possibilidades existentes para empreender e também desenvolver o comércio local.

Tabela 6 - Distribuições por tipos de empreendimentos do centro comercial do município de Grossos/RN.

EMPREENHIMENTO	QUANTIDADE	PERCENTUAL (%)
ACADEMIA	1	1,82
ADVOGADO	1	1,82
ATELIÊ	1	1,82
BAR	3	5,45
CONSULTÓRIO	1	1,82
CONVENIÊNCIA	3	5,45
DROGARIA	2	3,64
ELETROMÓVEIS	3	5,45
ESCRITÓRIO CONTÁBIL	1	1,82
INFORMATICA	1	1,82
INTERNET	1	1,82
LABORATÓRIO	1	1,82
LANCHONETE	5	9,09
LOJA CELULAR	1	1,82
MATERIAL CONSTRUÇÃO	2	3,64
MERCADO	4	7,27
OFICINA	3	5,45
ÓTICA	3	5,45
PADARIA	2	3,64
PEIXARIA	1	1,82
PET SHOP	1	1,82
PIZZARIA	1	1,82
RESTAURANTE	1	1,82
ROUPAS	4	7,27
SALÃO	4	7,27
VARIEDADES	4	7,27
TOTAL	55	100%

Fonte: Autoria Própria (2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- O setor de destaque do município configurado de acordo com seu grau de importância é o comércio alimentício e de cereais e a prestação de serviços gerais tendo um foco no turismo. O município ainda possui limitações quanto à disponibilidade de variados produtos e serviços a serem oferecidos à população, porém, é mínima a procura;
- Quanto às oportunidades ainda não aproveitadas até o momento pelas pessoas que buscam ser empreendedores, existe a ausência de indústrias, e uma maior disponibilidade de serviços já existentes, onde em alguns casos particulares, os empreendimentos existentes ainda não suprem todas as necessidades;
- Quanto à presença das mulheres empreendedoras no município é vista de forma atuante, mesmo em meio à maioria de gênero masculino. Porém, cabe somente à mulher o seu próprio desenvolvimento e inserção em um mercado cada vez mais competitivo. Isso nos leva a crer que o gênero feminino tem capacidade de atuar no mercado com possibilidades de criar novas ideias, para assim ganhar o respeito no meio comercial;
- O perfil empreendedor do município é caracterizado na sua maioria como do gênero masculino, mesmo o gênero feminino participando ativamente. Quanto à disponibilidade de empreendimentos, é preciso lançar negócios como restaurantes, bares, empresas turísticas, entre outros para assim, promover ainda mais o desenvolvimento econômico da cidade. E finalizando, é necessário que todos os empreendedores do município se unam para desenvolver cada vez mais os empreendimentos do município, conseqüentemente estará promovendo a evolução do seu, através das constantes buscas por ideias e oportunidades, visando no futuro, mais resultados positivos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 158p.

BARON, R.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thompson, 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/27444568/EMPREENDEDORISMO_UMA_VIS%C3%83O_DO_PROCESSO_EMPREENDEDORISMO_UMA_VIS%C3%83O_DO_PROCESSO. Acesso em: 17 out. 2020.

BIFF, M.; ZILLI, J. C.; VIEIRA, A.C.P.; Garcia, Junior Ruiz. **Empreendedorismo e inovação: o perfil da América Latina**. CONTRIBUCIONES A LAS CIENCIAS SOCIALES, v. 2, p. 1-16, 2017. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/xvmostrappga/paper/viewFile/4143/1285>. Acesso em: 17 out. 2020.

BRASIL. **Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999, 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 17 out. 2020.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CUSTÓDIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. Lins-SP, v. 1, p. 62. 2011. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53972.pdf>. Acesso em: 18 out. 2020.

DORNELAS, J.C.A. **EMPREENDEDORISMO: transformando ideias em negócios**. – 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DORNELAS, José C. A. **EMPREENDEDORISMO: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos A. **O processo empreendedor**. In: DORNELAS, José. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. cap. 1. p. 7-46. Disponível em: <http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2011/11/Empreendedorismo-capitulo-2.pdf>. Acesso em: 17 out. 2020.

FEITOSA, E. S. **Uma história empreendedora de sucesso: o caso do SR**. Elielton Cavalcante Feitosa. Orientador: Prof. Dra. Viviane Barreto M. Nogueira. 2017. 33 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande - PB, 2017. PDF.

FLEURY, M. H. **O Simples Nacional e o estatuto nacional da microempresa e da empresa de pequeno porte**. Orientador: Lauro da Gama e Souza Junior. 2010. 51 p. Monografia (Bacharelado em Direito) - Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/16234/16234.PDF>. Acesso em: 18 out. 2020.

GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo. Brasília: IBQP/SEBRAE, 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2020.

GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR). **Empreendedorismo no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2020. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020,d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Em%202019%2C%20a%20GEM%20apontou,da%20s%C3%A9rie%20hist%C3%B3rica%20desta%20vari%C3%A1vel..> Acesso em: 17 out. 2020.

IBGE. **idades**. Disponível em:<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/grossos/panorama>> Acesso em: 18 out 2019.

LIMA, A. L. **Os riscos do empreendedorismo**: a proposta de educação e formação empreendedora. Orientador: Profª Drª Lisete Regina Gomes Arelano. 2008. 131 p. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-26012009-162745/publico/Aguinaldo_Luiz_de_Lima.pdf. Acesso em: 15 nov. 2020.

LIMA, Christian Beneduzi de. **Tipos de empreendedores**. 2017. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/tipos-deempreendedores/105602/>. Acesso em: 14 out. 2020.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas 2011. Disponível em: <https://estadoeadministracaofcap.files.wordpress.com/2012/10/amaru-20051.pdf>. Acesso em: 18 out. 2020.

OLIVEIRA, G. J. DE; VALDISSER, C. R. (2019). **Análise de perfil**: as principais características e os tipos de empreendedores verificados no gestor da Cb Distribuição. Revista GETEC, 8(20), 1-22. Disponível em: <http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/article/view/1610>. Acesso em: 18 out. 2020.

PEREIRA, P. T. V. **Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual**: diferenças e características. [S. l.], 24 set. 2019. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>. Acesso em: 17 out. 2020.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. *In: Brasil tem mais de dez milhões de empreendedores formalizados como MEI.* [S. l.], 26 jul. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2020/07/26/brasil-tem-mais-de-dez-milhoes-de-empreendedores-formalizados-como-mei.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2020.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, Stephen P. **Administração: Mudanças e Perspectivas.** São Paulo. Editora: Saraiva, 2001.

SCHLINDWEIN, C. **EMPREENDEDORES, O DESAFIO DO NEGÓCIO.** Uma análise da criação da micro e pequena empresa. Dissertação (pós-graduação em engenharia de produção) – universidade federal de santa Catarina. Florianópolis, 2004. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/9195.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2020.

SCHUMPETER, J. **O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico.** A teoria do desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE. **Lei geral da micro e pequena empresa.** Conheça as mudanças, os procedimentos e os benefícios. Brasília: 2007. Disponível em: <http://www.abts.org.br/arquivos/Lei_Geral_das_MPEs.pdf> Acesso em: 17 out. 2020.

SENTANIN, V. L. H.; BARBOZA, R. J. Conceitos de empreendedorismo. **REVISTA CIENTÍFICA ELETRÔNICA DE ADMINISTRAÇÃO (RCEA)**, Ano V, n. 9, dez. 2005. Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/>. Acesso em: 14 out. 2020.

SILVA, Anna Carolina Aguiar da. **Perfil empreendedor: as principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso.** 2014. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/5375/1/20650723.pdf>. Acesso em: 14 out. 2020.

Site da Prefeitura Municipal de Grossos. Disponível em: <<http://prefeituradegrossos.rn.gov.br/>>. Acesso em: 18 out. 2020.

TEIXEIRA, Anísio. Valores proclamados e reais nas instituições escolares brasileiras. *In: Educação no Brasil – textos selecionados.* Rio de Janeiro: MEC/FENAME, 1976, p. 7-27

TIMMONS, J.A. **New Venture Creation: Entrepreneurship for 21st Century.** 4 Ed. Chicago, IL: Irvin, 1994. Disponível em: https://www.academia.edu/3349569/New_venture_creation_Entrepreneurship_for_the_21st_century. Acesso em: 16 out. 2020.

TRANJAN, R. A. **EMPREENDEADORISMO: sete perfis de empreendedores, uma questão de escolha.** SEBRAE [s.l., s.d.]. Disponível em:

http://www.sebraepr.com.br/portal/page/portal/PORTAL_INTERNET/BEMPR_INDEX/BEMPR_ARTIGO?_dad=portal&_boletim=22&_filtro=239&_artigo=5427. Acesso em: 14 out. 2020.

VERGA, E.; SILVA, L. F. S. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em: <http://egepe.org.br/anais/tema05/186.pdf>. Acesso em: 18 out. 2020.

ZUINI, Priscila. **Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil**. 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/os-9-tipos-de-empreendedores-maiscomuns-no-brasil/>. Acesso em: 14 out. 2020.

ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS EMPREENDIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE GROSSOS – RN.

Uma pesquisa da UFERSA, com fins acadêmicos, não se divulgará nomes de empresas ou donos das mesmas, os dados são sigilosos.

Data:

____/____/____

NOME DA EMPRESA: _____

NOME DO RESPONDENTE: _____

E-MAIL: _____

SEXO:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

FAIXA ETÁRIA (anos):

- ☐ Até 20
- ☐ 21 a 30
- ☐ 31 a 40
- ☐ 41 a 50
- ☐ 51 a 60
- ☐ Mais 61

ESCOLARIDADE:

- ☐ Sem Instrução
- ☐ Alfabetizado
- ☐ Fundamental Incompleto
- ☐ Fundamental Completo
- ☐ Médio Incompleto
- ☐ Médio Completo
- ☐ Superior Incompleto
- ☐ Superior Completo
- ☐ Superior + Especialização
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutorado

QUANDO INICIOU O NEGÓCIO?

IDADE DA EMPRESA _____

Data de fundação ____/____/____

SETOR:

- ☐ Indústria
- ☐ Comércio

☐ Serviços
TIPO **DE** **NEGÓCIO:**

Exemplos: Indústria de sabão; Comércio de Calçados ou Serviço de Informática.

GERÊNCIA/PROPRIETÁRIO: _____

REGISTRADA junto à RECEITA FEDERAL, JUCERN ou FIERN:

- ☐ Sim (Quais registros?)
- ☐ Não

POSSUI EMPRÉSTIMO PÚBLICO:

- ☐ Sim
- ☐ Não

QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS:

- ☐ Não possui
- ☐ 1 a 9
- ☐ 10 a 19
- ☐ 20 a 50
- ☐ 51 a 100
- ☐ Acima de 100

PORTE DA EMPRESA:

- ☐ Individual
- ☐ Microempresa
- ☐ Pequena
- ☐ Média
- ☐ Grande

USO DE TECNOLOGIA:

- ☐ Sim
- ☐ Não

Usa Para Qual Fim:

- ☐ Fins da Empresa
- ☐ Fins pessoais
- ☐ Fins da Empresa e Pessoais

Que Aplicativo Usa:

- ☐ Planilha Eletrônica
- ☐ Editor de textos
- ☐ Software específico para empresa
- ☐ Outros

SEU ESTABELECIMENTO USA ALGUM MEIO ELETRÔNICO PARA PAGAMENTO OU SOMENTE EM ESPÉCIE?

- Sim
- Não

SE NÃO, POR QUAL MOTIVO VOCÊ NÃO USA?

- Prefere receber em espécie
- Aluguel da máquina e taxas altas do cartão
- Não tem público para esse fim

COMO DIVULGA A EMPRESA:

- Não divulga
- Redes Sociais (**ATENÇÃO – SE USA REDES SOCIAIS QUAIS SÃO?**)
 - ✓ () Instagram, () Facebook, () Twitter, () Whatsapp, () E-mail
- Site próprio
- Tradicionais (**DIVULGAÇÃO TRADICIONAL QUAIS SÃO?**)
 - ✓ () Jornais, () Rádio (), Panfletos () Carro de som, () Cartazes.

CARATER:

- Associação
- Cooperativa
- Rede
- Privada

USO DO ESTABELECIMENTO:

- Alugada
- Própria
- Domiciliar

VOCÊ PENSA EM DESENVOLVER FUTURAMENTE ALGUM OUTRO NEGÓCIO EMPRESARIAL OU PROMOVER MELHORIAS NO QUE ESTÁ EM ATIVIDADE?

- Sim
- Não

COMO SURTIU A IDEIA DE MONTAR A EMPRESA?

- Herança ou exemplo dentro da família
- Exemplo de círculos de amizade
- Fazendo curso de empreendedorismo
- Identificando oportunidades onde trabalhou
- Identificando uma oportunidade no mercado
- Franquia
- Procurando atividade após a aposentadoria
- Procurando independência profissional
- Outros

O EMPREENDEDOR POSSUI OUTROS NEGÓCIOS ALÉM DESTES?

- Sim
- Não

ESTA É SUA ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR?

- Sim
- Não

QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS NA TUA EMPRESA?

QUE NEGÓCIO VOCÊ SUGERIRIA PARA ESTE MUNICÍPIO?

QUE NEGÓCIO VOCÊ SUGERIA PARA O PRESENTE MUNICÍPIO?

ANEXO – B: TABELA COM DADOS OBTIDOS ATRAVÉS DA APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO NO MUNICÍPIO DE GROSSOS

DADOS ESTADÍSTICOS DE GROSSOS/RN															
SEXO															
MACULINO						FEMININO									
35						20									
FAIXA ETÁRIA (ANOS)															
21 A 30		31 A 40	41 A 50	51 A 60	+ DE 61	21 A 30		31 A 40	41 A 50	51 A 60	+ DE 61				
6		14	9	5	1	5		11	3	1	0				
ESCOLARIDADE															
SEM INSTRUÇÃO		ALFABETIZADO		F. INCOMPLETO		SEM INSTRUÇÃO		ALFABETIZADO		F. INCOMPLETO					
1		2		2		0		0		1					
F. COMPLETO		EM. INCOMPLETO		EM. COMPLETO		F. COMPLETO		EM. INCOMPLETO		EM. COMPLETO					
3		5		8		2		5		5					
SUP. INCOMPLETO		SUP. COMPLETO		SUP. + ESPECIALIZ		SUP. INCOMPLETO		SUP. COMPLETO		SUP. + ESPECIALIZ					
5		8		1		4		3		0					
IDADE DA EMPRESA (ANOS)															
ATÉ 1		2 A 3	4 A 5	6 A 7	8 A 9	+ DE 10	ATÉ 1		2 A 3	4 A 5	6 A 7	8 A 9	+ DE 10		
6		6	5	6	3	9	4		8	2	0	2	4		
RAMO															
INDÚSTRIA		COMÉRCIO		SERVIÇOS		INDÚSTRIA		COMÉRCIO		SERVIÇOS					
0		18		17		0		13		7					
REGISTRADA															
SIM			NÃO			SIM			NÃO						
28			7			15			5						
QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS															
NÃO POSSUI		1 A 9		10 A 19		20 A 50		NÃO POSSUI		1 A 9		10 A 19		20 A 50	
11		22		1		1		7		13		0		0	
POSSUI EMPRESTIMO PÚBLICO															
SIM			NÃO			SIM			NÃO						
7			28			2			18						
PORTE DA EMPRESA															
INDIV.		MICRO	PENQUEN	MÉDIA	GRANDE	INDIV.		MICRO	PENQUEN	MÉDIA	GRANDE				
12		23	0	0	0	4		16	0	0	0				
USA ALGUM TIPO DE TECNOLOGIA															
SIM			NÃO			SIM			NÃO						
18			17			8			12						
DIVULGAÇÃO DA EMPRESA															
Ñ DIVULG		FACE	WHATS	INSTAGRAM	RADIO	Ñ DIVULG		FACE	WHATS	INSTAGRAM	RADIO				
8		14	15	23	12	4		5	9	15	8				
PANFLETOS		SOM	EMAIL	CARTAZES		PANFLETOS		SOM	EMAIL	CARTAZES					
2		5	1	2		2		2	1	1					
CARATER															
ASSOCIAÇÃO		COOPERATIV		REDE		PRIVADA		ASSOCIAÇÃO		COOPERATIV		REDE		PRIVADA	
0		0		1		34		0		0		0		20	
USO DO ESTABELECIMENTO															
ALUGADO		PROPRIO		DOMICILIAR		ALUGADO		PROPRIO		DOMICILIAR					
7		25		3		5		10		5					
MELHORIAS FUTURAS															
SIM			NÃO			SIM			NÃO						
18			17			6			14						
IDEIA DE MONTAR A EMPRESA															

HERANÇA	OND TRAB.	CURSO EMPR	PÓS APOSEN	HERANÇA	OND TRAB.	CURSO EMPR	PÓS APOSEN
2	8	0	0	1	6	0	1
CIRC. AMIZA	OPORT. MER	FRANQUIA	INDEPENDEN	CIRC. AMIZA	OPORT. MER	FRANQUIA	INDEPENDEN
5	13	0	7	0	8	0	4
POSSUI OUTROS NEGÓCIOS							
SIM		NÃO		SIM		NÃO	
7		28		3		17	
ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR							
SIM		NÃO		SIM		NÃO	
25		10		14		6	