



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

IZABELLY KATIUCIA ALVES DE FARIAS

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DE POÇO BRANCO-RN**

ANGICOS

2019

IZABELLY KATIUCIA ALVES DE FARIAS

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DE POÇO BRANCO-RN**

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semiárido como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciência e Tecnologia.

Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Enai Taveira da Cunha

ANGICOS

2019

© 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.

F224c Farias, Izabelly Katiucia Alves de.
Caracterização dos empreendimentos e perfil dos
empreendedores do centro comercial de Poço Branco-
RN / Izabelly Katiucia Alves de Farias. - 2019.
58 f. : il.

Orientadora: Enai Taveira da Cunha.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e
Tecnologia, 2019.

1. empreendedores. 2. empreendedorismo. 3.
empreendimentos. 4. Poço Branco. I. Cunha, Enai
Taveira da, orient. II. Título.

IZABELLY KATIUCIA ALVES DE FARIAS

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DE POÇO BRANCO-RN**

Monografia apresentada a Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como
requisito para obtenção do título de
Bacharel em Ciência e Tecnologia.

Defendida em: 07 / 08 / 2019.

BANCA EXAMINADORA

Enai Taveira da Cunha
Prof.^a Dra. Enai Taveira da Cunha (UFERSA)
Presidente

Maristélis da Cruz Costa
Prof. Dr. Maristélis da Cruz Costa (UFERSA)
Membro Examinador

Marcelo Miguel Moura de Medeiros
Bel. Marcelo Miguel Moura de Medeiros (UFERSA)
Membro Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Ivan Dantas de Farias e Máisa Maria Alves Bezerra, por todo amor, por todo esforço dedicado a me darem a possibilidade de desenvolver os meus projetos pessoais e por me apoiarem incondicionalmente nas minhas escolhas.

Aos meus irmãos, Ivan Inácio Alves de Farias e Iago Francisco Alves de Farias por todo amor, ajuda, paciência e pelas caronas dadas ao longo dessa jornada.

Sou grata a todos os meus amigos e companheiros de estudo, por todas as ajudas , companheirismo e incentivo.

Por fim, agradeço ao idealizador do projeto de pesquisa intitulado “Caracterização dos Empreendimentos e perfil dos empreendedores dos municípios do estado do RN”, Professor Dr. Maristélio da Cruz Costa, pela oportunidade de fazer parte desse significativo projeto.

É feliz quem sonha, mas só tem sucesso quem se dispõe a pagar o preço para transformar seu sonho em realidade.

Silvio Santos

RESUMO

O empreendedorismo vem crescendo no Brasil enquanto o país enfrenta uma crise econômica que deixou milhões de cidadãos desempregados, isso se dá frequentemente pela identificação de oportunidades de trabalho ou pelo chamado empreendedorismo por necessidade. Tendo em vista a contribuição do empreendedor ao desenvolvimento econômico das cidades, esse assunto torna-se relevante diante do contexto atual, o objetivo do presente trabalho é analisar empreendimentos, características e habilidades dos empreendedores da cidade de Poço Branco-RN, pois, a falta de conhecimento no que tange este assunto é um dos fatores que influenciam na vitalidade de muitos negócios. Para a realização deste trabalho, utilizou-se de pesquisa quantitativa, por meio de questionários pré-estabelecidos e com os dados obtidos foi feita uma análise sobre os resultados a fim de colaborar com o crescimento e desenvolvimento dos empreendimentos e empreendedores do município.

Palavras-chave: Empreendedores. Empreendimentos. Empreendedorismo. Poço Branco.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Localização do município de Poço Branco no mapa do RN.....	29
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição de Acordo Com o Gênero no Município de Poço Branco – RN.....	31
Gráfico 2 - Distribuição de Acordo com a Faixa Etária no Município de Poço Branco – RN.....	32
Gráfico 3 - Distribuição de acordo a Escolaridade no município de Poço Branco – RN.....	33
Gráfico 4 - Distribuição de Acordo com Idade dos Empreendimentos no Município de Poço Branco–RN.....	34
Gráfico 5 - Distribuição de Acordo com o Ramo dos Empreendimentos no Município de Poço Branco-RN.....	35
Gráfico 6 - Distribuição de acordo com o numero de empresas registradas no Município de Poço Branco – RN.....	36
Gráfico 7 - Distribuição de Empresas que possuem empréstimo público no Município de Poço Branco – RN.....	37
Gráfico 8 - Distribuição de acordo com o número de funcionários nos empreendimentos do Município de Poço Branco – RN.....	38
Gráfico 9 - Distribuição de Acordo com o Porte dos Empreendimentos no Município de Poço Branco -RN.....	39
Gráfico 10 – Distribuição de Empreendimentos por tipo de Negócio no Município de Poço Branco –RN.....	40
Gráfico 11 - Distribuição de acordo com o uso de tecnologias no Município de Poço Branco – RN.....	42
Gráfico 12 - Distribuição de acordo a finalidade da utilização de tecnologia nos empreendimentos do Município de Poço Branco – RN.....	43
Gráfico 13 – Distribuição de Acordo com os aplicativos utilizados nos empreendimentos no Município de Poço Branco -RN.....	44
Gráfico 14 - Distribuição de acordo com a divulgação dos empreendimentos do Município de Poço Branco – RN.	45
Gráfico 15 - Distribuição de acordo com o Caráter dos Empreendimentos no Município de Poço Branco - RN.	46
Gráfico 16 - Distribuição de acordo com o Ponto dos Estabelecimentos do Município de Poço Branco – RN.....	47

Gráfico 17 - Distribuição de acordo com a possibilidade de promover melhorias no município de Poço Branco - RN.....	48
Gráfico 18 – Como surgiu a ideia de montar os empreendimentos da cidade de Poço Branco - RN	49
Gráfico 19 – Distribuição de acordo o pensamento em desenvolver outro negócio ou promover melhorias no que está em atividade no Município de Poço Branco – RN.....	50
Gráfico 20 - Distribuição de acordo com a atividade para o sustento familiar no Município de Poço Branco – RN.....	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição de Acordo Com o Gênero no Município de Poço Branco – RN.....	31
Tabela 2 - Distribuição de Acordo com a Faixa Etária no Município de Poço Branco – RN.....	32
Tabela 3 - Distribuição de acordo a Escolaridade no município de Poço Branco – RN.....	34
Tabela 4 - Distribuição de Acordo com Idade dos Empreendimentos no Município de Poço Branco–RN.....	35
Tabela 5 - Distribuição de Acordo com o Ramo dos Empreendimentos no Município de Poço Branco-RN.....	36
Tabela 6 - Distribuição de acordo com o numero de empresas registradas no Município de Poço Branco – RN.....	37
Tabela 7 - Distribuição de Empresas que possuem empréstimo público no Município de Poço Branco – RN.....	37
Tabela 8 - Distribuição de acordo com o número de funcionários nos empreendimentos do Município de Poço Branco – RN.....	38
Tabela 9 - Distribuição de Acordo com o Porte dos Empreendimentos no Município de Poço Branco -RN.....	40
Tabela 10 – Distribuição de Empreendimentos por tipo de Negócio no Município de Poço Branco –RN.....	41
Tabela 11 - Distribuição de acordo com o uso de tecnologias no Município de Poço Branco – RN.....	42
Tabela 12 - Distribuição de acordo a finalidade da utilização de tecnologia nos empreendimentos do Município de Poço Branco – RN.....	43
Tabela 13 – Distribuição de Acordo com os aplicativos utilizados nos empreendimentos no Município de Poço Branco -RN.....	44
Tabela 14 - Distribuição de acordo com a divulgação dos empreendimentos do Município de Poço Branco – RN.	45
Tabela 15 - Distribuição de acordo com o Caráter dos Empreendimentos no Município de Poço Branco -RN.	46
Tabela 16 - Distribuição de acordo com o Ponto dos Estabelecimentos do Município de Poço Branco – RN.....	47

Tabela 17 - Distribuição de acordo com a possibilidade de promover melhorias no município de Poço Branco - RN.....	48
Tabela 18 – Como surgiu a ideia de montar os empreendimentos da cidade de Poço Branco - RN	49
Tabela 19 – Distribuição de acordo o pensamento em desenvolver outro negócio ou promover melhorias no que está em atividade no Município de Poço Branco – RN.....	50
Tabela 20 - Distribuição de acordo com a atividade para o sustento familiar no Município de Poço Branco – RN.....	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IBPQ - Instituto Brasileiro de qualidade e produtividade

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio

PNADC - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua

RN - Rio Grande do Norte

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação do Software

UFERSA - Universidade Federal Rural do Semi-Árido

FPM - Fundo de Participação do Município

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR	18
2.2 CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR	19
2.3 GÊNERO NO EMPREENDEDORISMO	20
2.3.2 MULHERES NO EMPREENDEDORISMO	21
2.4 GRAU DE ESCOLARIZAÇÃO	21
2.5 MORTALIDADE DE EMPRESAS	22
2.6 USO DE TECNOLOGIA NOS EMPREENDIMENTOS	23
2.7 CARATER DAS EMPRESAS	24
2.7.1 ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL	24
2.7.2 COOPERATIVA	25
2.7.2.1 TIPOS DE COOPERATIVA	26
2.7.3 EMPRESAS PRIVADAS	27
2.7.5 REDES DE EMPRESAS	27
2.8 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE POÇO BRANCO	28
2.8.1 HISTORIA DA CIDADE	28
2.8.2 DADOS POPULACIONAIS E ECONÔMICOS	28
3 METODOLOGIA	30
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	31
4.1 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES POR GÊNERO	31
4.2 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES POR FAIXA ETÁRIA	32
4.3 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES POR ESCOLARIDADE	33
4.4 DISTRIBUIÇÃO POR IDADE DOS EMPREENDIMENTOS	34
4.5 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS POR RAMO	35
4.6 NÚMERO DE EMPRESAS REGISTRADAS	36
4.7 DISTRIBUIÇÃO DE EMPRESAS QUE POSSUEM EMPRÉSTIMOS PÚBLICOS	37
4.8 DISTRIBUIÇÃO DE ACORDO COM O NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS NOS EMPREENDIMENTOS	38
4.9 CLASSIFICAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DE ACORDO COM O PORTE DAS EMPRESAS	39
4.10 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS POR TIPO DE NEGÓCIO	40

4.11 CLASSIFICAÇÃO QUANTO AO USO DE TECNOLOGIA.....	41
4.12 FINALIDADE DO USO DA TECNOLOGIA NOS EMPREENDIMENTOS	42
4.13 UTILIZAÇÃO DE APLICATIVOS NAS TECNOLOGIAS EXISTENTES NOS EMPREENDIMENTOS	43
4.14 COMO SÃO DIVULGADOS OS EMPREENDIMENTOS	44
4.15 CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS DE ACORDO COM SEU CARÁTER	45
4.16 PONTO DOS ESTABELECIMENTOS.....	46
4.17 POSSIBILIDADE DE PROMOVER MELHORIAS NOS EMPREENDIMENTOS .	47
ATUAIS OU DESENVOLVER OUTRO NEGÓCIO.....	47
4.18 COMO SURTIU A IDEIA DE MONTAR A EMPRESA.....	48
4.19 O EMPREENDEDOR POSSUI OUTROS COMÉRCIOS ALÉM DESTA?.....	49
20 ESTA É A ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR?	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS.....	53
ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS EMPREENDIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE POÇO BRANCO – RN.....	56

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo por Dornelas (2008) é compreendido como sendo o envolvimento de indivíduos e processos que, quando estão juntos, transformam ideias em oportunidades. Nos últimos anos, esse conceito de empreendedorismo está sendo bastante discutido no Brasil, isso porque existe uma preocupação maior com a geração de pequenas empresas duradouras e a necessidade de diminuir as elevadas taxas de mortalidade dos empreendimentos.

“O movimento do empreendedorismo começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas.” (DORNELAS, 2012)

Com o auxílio de entidades como o SEBRAE e SOFTEX, o empreendedorismo vem se fortalecendo no decorrer dos últimos anos, deixando notória contribuição econômica e com isso despertando o interesse cada vez maior nas pessoas que tem o perfil empreendedor. Esse perfil é ponto fundamental para a criação, planejamento e execução do negócio. Além de empreendedor a pessoa que deseja desenvolver-se no segmento escolhido, necessita ter a sensibilidade para captar a oportunidade, sensatez na hora de fazer o investimento financeiro e competência para seguir o planejamento.

Este trabalho faz parte do projeto de pesquisa coordenado pelo Prof. Dr. Maristélio da Cruz Costa intitulado “CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS EMPREENDEDORES DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO RN” que tem por objetivo designar o funcionamento dos empreendimentos e o perfil dos empreendedores e dos municípios do Rio Grande do Norte.

Por meio do presente trabalho, buscamos entender o funcionamento dos empreendimentos de Poço Branco-RN, conhecer o perfil dos empreendedores da cidade, com o propósito de analisar empreendimentos, características, habilidades dos empreendedores, bem como, abordar oportunidades de negócios no município, tendo em vista a grande contribuição para o desenvolvimento da mesma, pois, permitirá uma facilidade na tomada de decisões dos investidores, dado que diminuirá riscos e incertezas a cerca desse tema,

simplificando as considerações sobre a expansão de negócios existentes e a implantação de novos empreendimentos que são benéficos para o bem comum e para a economia da cidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

A palavra “empreendedor” é derivada do verbo francês “*entreprendre*”, que significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Foi usada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon, para representar o indivíduo que assumia riscos, uma das características mais especiais do empreendedor. (DORNELAS, 2008)

Distintos autores vêm analisando conceitos eficientes para definir o empreendedor de uma maneira coerente. Fillion (2000), defende a ideia do empreendedor como sendo o sujeito que imagina, desenvolve e realiza visões. Dornelas (2008) julga o empreendedor como sendo dotado da capacidade de relacionar processos e pessoas a fim de transformar ideias em oportunidades. Já Fortini (1992 apud, DOLABELA, 1999) define o empreendedor como o indivíduo com capacidade de transformar um problema em uma oportunidade de negócios e, conseqüentemente, criar uma empresa viável.

Empreendedorismo tem sua origem no termo empreender, que quer dizer, executar, realizar ou fazer, bem como é o estudo que visa o aperfeiçoamento de capacidades associadas à criação de projetos.

Dolabela (1999), afirma que o termo empreendedorismo foi utilizado pelo economista Joseph Schumpeter, em 1959, para designar o empreendedor como uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Em sua contribuição teórica, Schumpeter, desde a década de 1930, analisou que os processos inovadores eram provenientes de ações de “empresários empreendedores”. A partir do lançamento de uma inovação, se iniciava um ciclo de desenvolvimento. O progresso tecnológico ocorria devido à presença dos empresários inovadores.

Além da habilidade em correr riscos, a inovação é um dos atributos preponderantes nos empreendedores, apesar disso, há muitas outras habilidades citadas por autores que falam sobre o assunto. Para Hisrich e Peters (2004), o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo ocorre paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo “empreendedor”. Logo, risco e inovação são exemplos de conceitos que foram desenvolvidos à medida que evoluía o estudo da criação de novos negócios.

2.2 CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR

Zampier e Takahashi (2011) elucidaram que os estudos que buscam investigar características do perfil empreendedor e onde eles atuam, definem que este assunto está amplamente relacionado a ciências como administração, economia, sociologia e psicologia.

Seja qual for o estudo, a imagem do empreendedor sempre esta atrelada a alguém que sabe onde quer chegar e principalmente alguém criativo, que corre riscos e é inovador. Outros estudos explicitam como os empreendedores bem sucedidos são influenciados, que em sua maioria se dá pelo ambiente, pois, viver em um ambiente onde empreender é visto como algo positivo é muito motivador, além disto, também há a convivência com líderes, amigos ou figuras importantes.

Uma pessoa com tendência a apresentar as frequentes características encontradas em um empreendedor de sucesso possui maior capacidade de empreender, entretanto, esta afirmação não passa de um senso comum, pois é inconsistente dizer que aquele que não tem um perfil pré-estabelecido como o de um empreendedor, não possa vir a atingir sucesso em sua empreitada. (DOLABELA, 1999)

Na grande maioria das vezes, administradores são pessoas que almejam poder e recompensas, já os empreendedores vão além disso, eles desejam liberdade, buscam conhecimento, planejam, perseveram e lideram em seus projetos, além do que, precisam estar sempre se atualizando e acompanhando as oportunidades e as mudanças de mercado.

Ao pesquisar estudos a respeito do comportamento empreendedor, percebe-se uma significativa quantidade de menções as pesquisas realizadas por David McClelland. Ao elaborar uma sucinta revisão de literatura, podemos perceber que pesquisadores dos tempos hodiernos e do passado, baseiam-se em conceitos difundidos por ele para referenciar os seus estudos.

McClelland divide as características do empreendedor em três categorias. A categoria “Realização” é a mais ampla e engloba fatores como: auto realização, busca de oportunidades, eficiência, persistência e autoconfiança. A segunda categoria é a de “Planejamento e Resolução de Problemas”, que inclui as características de planejador e a coragem de assumir riscos calculados. Já a última, “Influência”, corrobora a ideia de que o empreendedor deve ser uma pessoa sociável e saber liderar um grupo para o caminho do sucesso de seu negócio. (BARBOSA E COSTA, 2015)

Por fim, podemos mencionar a característica mais relevante do empreendedor: a liderança. Liderança é a arte de comandar pessoas, atraindo seguidores e influenciando de forma positiva comportamentos.

Líderes excepcionais são pessoas que veem oportunidade em tudo. Exalam positividade. Eles se compreendem a si mesmos, entendem seus pensamentos, emoções e atitudes, e estão abertos para o outro. São receptivos a ideias opostas. São ávidos por conexões e conseguem tocar profundamente as pessoas. Eles enfrentam desafios e assumem riscos pessoais, com a confiança de que, se nada der certo, irão seguir em frente. (BARSH E LAVOIE, 2014)

2.3 GÊNERO NO EMPREENDEDORISMO

A relação entre gênero e empreendedorismo é objeto de pesquisa em diferentes partes do mundo. Gênero pode ser definido como aquilo que identifica e diferencia os homens e as mulheres. No Brasil, há uma diferença de aproximadamente três pontos percentuais, onde os homens empreendem mais que as mulheres. (GEM Brasil – 2017).

De acordo com Vale e Serafim (2010), devido a uma série de causas históricas, tais como a segregação do ambiente público aos homens, limitando o papel da mulher às atividades domésticas, homens e mulheres estão inseridos em tipos distintos de relações sociais e profissionais. Apesar da nova concepção dos papéis de homens e mulheres, iniciada com os movimentos feministas da década de 1960, ainda é possível constatar uma assimetria de gênero no mundo dos negócios (SEVERIANO, 2007)

Numa situação de recessão econômica, por exemplo, as mulheres são mais propensas a iniciar um negócio motivadas pela necessidade do que os homens (Verheul et al., 2006). Quanto à aversão ao risco, de acordo com Fossen (2011), as mulheres apresentam-se mais avessas ao risco que os homens. Enquanto 50,9% dos homens aceitariam um trabalho com atividades de alto risco, apenas 30,2% das mulheres o fariam, concluiu Kargwell (2012).

Diante dessas informações, pode-se afirmar que o gênero não é tópico para definir a capacidade de empreender, esse assunto tem mais a ver com questão de oportunidade e necessidade.

2.3.2 MULHERES NO EMPREENDEDORISMO

A cada ano a atuação de mulheres na economia brasileira cresce consideravelmente, de acordo com a pesquisa GEM Brasil 2015 (Global Entrepreneurship Monitor), o público feminino é mais expressivo do que o masculino, quando o assunto é a abertura de novos empreendimentos.

Para Lombard (2001) os principais motivos que levam as mulheres a colocarem sua própria empresa é o desejo de impor suas ideias e colocá-las em prática, assim como, sua independência para agir como quiserem e a flexibilidade de horários, para assim conseguir conciliar sua vida pessoal e profissional. Por último é que está o desejo da sua independência financeira. Apesar desse desejo, análises feitas pelo Sebrae mostram que as mulheres continuam ganhando 22% menos que os empresários, uma situação que vem se repetindo desde 2015, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), isso acontece mesmo as empreendedoras sendo mais jovens e com um nível de escolaridade 16% superior ao dos homens.

Strobino & Teixeira (2014) mencionam que é preciso lembrar que o gênero feminino ainda é associado ao trabalho doméstico e é perceptível que as mulheres continuam a desempenhar a maior parte desse trabalho, em particular as tarefas tidas como tipicamente femininas. Os homens continuam a guardar para si o primado das responsabilidades profissionais e continuam a ser socialmente autorizados a afastar-se de tarefas legitimadas como femininas. Essa situação de reprodução da dominação masculina coloca as mulheres numa posição desfavorável do ponto de vista de seu reconhecimento social, além de contribuir para a divisão injusta de tarefas, tanto no trabalho como dentro de casa.

Este indício certifica que o contexto sociocultural desempenha forças impeditivas aos propósitos organizacionais e faz parte das dificuldades enfrentadas por gestoras e proprietárias ao almejarem aperfeiçoamento e mantimento de seus empreendimentos.

2.4 GRAU DE ESCOLARIZAÇÃO

De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), o analfabetismo de jovens e adultos vem sendo reduzido no Brasil, nos últimos anos houve um reflexo positivo nas taxas de empreendedorismo em nosso país, pois com o nível de escolaridade maior, reflete positivamente na capacidade de gestão de empreendimentos como

um todo. De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010) entre 1995 e 1999, 64% dos novos empresários possuíam ao menos o ensino médio. Em 2010, esse número aumentou para 74,5%.

O analista econômico do IBPQ (Instituto Brasileiro de qualidade e produtividade), Romeu Herbert Friedlaender Junior explica que, ao analisar o fato da maior taxa de escolaridade sob a ótica da motivação, a razão oportunidade/necessidade chega a ter 4,6 empreendedores por oportunidade para cada um por necessidade e que este fator também eleva a taxa de sobrevivência das empresas por causa da melhora do perfil do gestor, que busca cursos e aperfeiçoamento e planeja antes de iniciar um negócio.

Além disso, um levantamento que usa informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, informa que os empreendedores que se encaixaram no perfil de alta escolaridade ganham quase cinco vezes mais que os de baixa escolaridade. Eles começam a trabalhar mais tarde e têm maior proporção de empregados e de serviços.

Perante o que foi dito, entende-se a importância da escolaridade sob os donos de empresas, pois, não é apenas o perfil empreendedor que assegura o êxito de uma empresa, e sim o aperfeiçoamento constante para deter conhecimentos estratégicos e técnicos com o intuito de beneficiar cada vez mais os seus empreendimentos.

2.5 MORTALIDADE DE EMPRESAS

De acordo com o SEBRAE, falta de planejamento é a principal causa de mortalidade precoce de empresas brasileiras. Essa afirmação também é pontuada pelo IBGE em seu último estudo sobre o tema. Esse estudo foi feito em 2012 e mostrou que de um total de quase 500.000 empresas que abriram em 2007, 76,1% continuaram no mercado no ano seguinte e 61,3% sobreviveram até 2009. Outra informação contida neste estudo é que a cada 100 empresas abertas no nosso país, 48 encerram suas atividades em pouco mais de dois anos e quase metade fracassou em cerca de três anos de atividades.

A maneira como uma empresa pode se livrar de entrar nessas estatísticas é relativamente simples; Gestão e planejamento. Para se obter uma boa gestão, primeiro é necessário dispor de uma permanente atualização em relação ao mercado que pretende-se atingir e em segundo, planejar, estabelecendo metas, planos de ação, e principalmente ter uma boa contabilidade, pois é parte importantíssima na saúde financeira da empresa.

Em nosso país perseveram muitas empresas familiares, que muitas vezes vem de geração para geração. Nesses casos o fator gestão tem uma relevância maior, pois é fundamental que não só a experiência seja primordial, mas também, a abertura de novas tecnologias, aperfeiçoamento e capacitação em gestão empresarial. Existem casos de mortalidade de empresas familiares onde os proprietários são avessos a tecnologias, por exemplo, e isso gera conflitos de gestão e consequentemente a morte da empresa é certa.

Acredita-se que experiência é fator importante para longevidade de uma empresa. Muitas empresas que começam somente por necessidade, sem planejamento ou aperfeiçoamento não conseguiram sobreviver. Por outro lado, empresas que seus gestores iniciaram atividades mesmo sem experiência, mas que investiram mais conseguem sobreviver no mercado.

Para Geus (2005), As empresas longevas são sensíveis ao seu ambiente, com forte senso de identidade e antecipam-se às mudanças de mercado, além de serem conservadoras em suas finanças.

2.6 USO DE TECNOLOGIA NOS EMPREENDIMENTOS

A tecnologia faz parte da evolução das empresas, desde a revolução Industrial em meados do século XVIII, na qual resultou em um profundo impacto no processo produtivo, atingindo tanto os níveis econômicos e sociais, como o contínuo processo de evolução e inovação tecnológica do século que vivemos. (SOUZA, 2008)

Para Dornelas (2003), a globalização dos mercados e as exigências dos consumidores têm sido motivos para as organizações renovarem-se para conseguirem acompanhar o desenvolvimento tecnológico.

Segundo Gonçalves (1993), a tecnologia é o fator individual de mudança de maior importância na transformação das empresas. Tais transformações não se restringem apenas ao modo de produzir bens e serviços, mas induzem novos processos e instrumentos que atingem por completo a estrutura e o comportamento das organizações, repercutindo diretamente em sua gestão.

Com tantas ferramentas que existem nos dias de hoje, como, a automação e a internet, empreender sem utilizá-las é algo desfavorável, tendo em vista que a tecnologia trouxe benefícios para as empresas em todos os sentidos e alguns desses benefícios são:

- Facilidade para o marketing: Considerando a importância do marketing para todos os portes de empreendimentos, os meios digitais oferecem uma gama de opções para divulgar uma empresa, meios estes que são bem mais eficientes que os tradicionais que são mais lentos e limitados.
- Maior acessibilidade a pesquisas de mercado: A pesquisa de mercado é a melhor maneira de entender o que seu público-alvo realmente quer. Os métodos tradicionais de pesquisa de mercado ainda são eficazes. No entanto, sair às ruas, conhecer pessoas, pedir opiniões e fazê-las preencher um longo formulário é realmente difícil, já que a maioria das pessoas está extremamente ocupada hoje em dia.
- Gestão financeira simplificada: Nos dias de hoje, existem ferramentas que são capazes de informar sua taxa de lucro, seus principais indicadores financeiros, o montante de impostos a ser pagos, entre outros. Com essas ferramentas, é possível ter uma visão real do que está acontecendo no estoque e no fluxo de caixa.

Como já ressaltado em tópicos anteriores, estar atento aos constantes avanços no setor é uma das tarefas do empreendedor, é necessário que ele saiba utilizar as ferramentas adequadas para que haja a integração com os avanços tecnológicos, pois o modo como isso é feito nas pequenas e médias empresas é decisivo para o crescimento e vitalidade das mesmas.

2.7 CARATER DAS EMPRESAS

2.7.1 ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL

A Associação Comercial e Empresarial é uma organização que preza o coletivo. Por meio dela e de parcerias feitas entre suas partes, diversos serviços e bens são disponibilizados para um conjunto de empreendedores de um modo claro e descomplicado que gera privilégios compartilhados entre os mesmos.

Participar de associações é benéfico tanto para fornecedores quanto para associados, uma vez que esses papéis se invertem concomitantemente. Em um momento você oferece alguma vantagem e em outra situação desfruta desse benefício por meio de bens ou serviços. Tendo em vista a importância das associações, abaixo será listado algumas vantagens de ser filiado a elas.

- Networking: É uma palavra em inglês que indica a capacidade de estabelecer uma rede de contatos ou uma conexão com algo ou com alguém. Essa rede de contatos é um sistema de suporte onde existe a partilha de serviços e informação entre indivíduos ou grupos que

têm um interesse em comum. Ou seja, é necessário haver boas relações com outros parceiros comerciais, pois só assim se amplia e perdura-se em tempos de crise.

- Retrato do mercado: É de suma importância que o empreendedor faça esse panorama, para que com isso, as possibilidades de acertos nas tomadas de decisões de sua empresa sejam sempre para a saúde e vitalidade da mesma. Este retrato de mercado se dá através do contato com outras empresas, dados obtidos através de pesquisas de mercado promovidas na sua maioria por associações e até com seus concorrentes.
- Acesso a serviços mais baratos: As associações tem papel importante na parte que se refere ao apoio em vários aspectos para o empreendedor, um desses aspectos é, por exemplo, o apoio jurídico. Sabe-se que processos jurídicos, como também, serviços advocatícios custam caro. Entendemos que em muitos casos é inevitável esses acontecimentos, então as associações oferecem serviços e advogados mais baratos a seus membros, sem que esse custo mais baixo implique na qualidade da assistência. O mesmo acontece com consultores empresariais e especialistas em recursos humanos.
- Acesso a produtos mais baratos: A coletividade promove esse acesso a associados, de forma que torna viável que uma empresa venda o seu produto a um preço mais em conta, o que também é vantajoso para quem está comprando.
- Incentivo ao mercado: Como já foi dito no segundo item, o *feedback* com empresários mais experientes e até mesmo com concorrentes, leva a um fator primordial nos negócios, que é a movimentação de mercado. Estar vinculado a uma associação permite uma aproximação de possíveis clientes, trás redução de custos na busca por novos contratos e possibilidade de se entender como obter e aproximar possíveis clientes de forma eficaz.

2.7.2 COOPERATIVA

De acordo com o SEBRAE, cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma empresa de propriedade coletiva e democraticamente gerida.

Cooperativas possuem o objetivo de proscrever intermediários, minimizar preços por meio da produção em grande escala e da racionalização e reduzir custos. Além disso, são capazes de admitir todos os gêneros de serviços, operações ou atividades.

A cooperação entre empresas tem se sobressaído como um intermédio qualificado a torna-las mais competitivas. Além do mais possibilita o fortalecimento em diversos aspectos das mesmas, aspectos esses de primordial importância, como o poder de compras compartilhando recursos; diversificação estratégica e exploração de novas oportunidades de negócios e de tecnologias.

2.7.2.1 TIPOS DE COOPERATIVA

- Cooperativa agropecuária: Como o próprio nome sugere, reúne produtores rurais. Dentro desta área, os principais serviços podem ser: A compra em comum de insumos, a venda em comum da produção dos cooperados, a prestação de assistência técnica, armazenagem e industrialização.
- Cooperativa de consumo: Reúne consumidores de bens de uso pessoal e doméstico (supermercado). Seus serviços são a compra em comum desses bens.
- Cooperativa de trabalho: Reúne trabalhadores. Seus serviços consistem em conseguir clientes ou serviço para estes cooperados, fornecer capacitação e treinamento técnico, entre outras possibilidades.
- Cooperativa de crédito: Reúne a poupança das pessoas, oferecendo crédito e valorizando as aplicações financeiras dos cooperados. No Brasil, atualmente, elas são fechadas, ou seja, restritas a alguma categoria profissional (produtores rurais) ou trabalhadores de uma empresa, só para citar alguns exemplos.
- Cooperativa de serviços e infraestrutura: Reúne pessoas com necessidade de alguns serviços como eletrificação e telefonia rurais, saneamento básico, entre outros.
- Cooperativa de saúde: Reúne profissionais ou usuários de saúde. Nesse caso, juntas em um mesmo ramo cooperativas de trabalho, como: Médicos; dentistas; psicólogos e cooperativas de consumo (consumidores de plano de saúde).
- Cooperativa especial: É uma alternativa de organização para índios e pessoas com alguma deficiência física ou mental, que conservam sua capacidade produtiva.

2.7.3 EMPRESAS PRIVADAS

Empresa privada é a modalidade de empresa em que o proprietário é pessoa natural ou jurídica, sendo, então singular ou individual, se explorada por pessoa física; e coletiva, se organizada e dirigida por uma sociedade.

No Brasil, as empresas privadas se dividem em:

- Sociedade Limitada (LTDA.): Essa é a forma mais simples de atividade e junção entre sócios e a mais implementada no Brasil. Em sua composição, deve conter o mínimo de dois sócios que têm seu patrimônio protegido de forma eficiente e definitiva. Nesse modelo de sociedade, os patrimônios individuais de cada sócio são separados, bem como as contas da empresa.
- Sociedade Simples: Nesse formato de sociedade, a empresa consiste na oferta apenas de serviços e não entra a produção de bens e é constituída por dois ou mais sócios. Não existe a necessidade de registro na junta comercial, porém, é preciso visitar o Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas e se regularizar.
- Sociedade Anônima (SA): É no artigo 1º da Lei 6.404/76 que encontraremos os elementos que definem a sociedade anônima: *"A companhia ou sociedade anônima terá o capital dividido em ações, e a responsabilidade dos sócios ou acionistas será limitada ao preço de emissão das ações subscritas ou adquiridas"*.

2.7.5 REDES DE EMPRESAS

Para RIBAULT (1995) a sociedade de empresas, por vezes chamada rede de empresas, é um modo de agrupamento de empresas destinado a favorecer a atividade de cada uma delas sem que estas tenham forçosamente laços financeiros entre si. As empresas em rede complementam-se umas às outras nos planos técnicos (meios produtivos) e comerciais (redes de distribuição) e decidem apoiar-se mutuamente em prioridade.

Kwasnicka (2006) define redes como estruturas dinâmicas, virtuais e flexíveis de produção e venda de bens e serviços e de geração de novas tecnologias. Baseiam-se na interdependência de seus parceiros, que constroem conjuntos sinérgicos, cuja força resultante é sempre maior que a soma das forças de seus componentes, com a vantagem de esses não perderem suas características individuais.

Compartilhamento, interação e ajuda mútua, compõem os principais fundamentos da aplicação da teoria de redes, pois fazem a interação entre as empresas e organizações. Existe um grande conjunto de variáveis na aplicação deste contexto, pois como existem vários tipos de empresas, é concebível haver vários parâmetros para os mesmos.

2.8 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE POÇO BRANCO

2.8.1 HISTORIA DA CIDADE

A história da cidade começa, de fato, com a construção da Barragem Engenheiro José Batista do Rego Pereira, iniciada em julho de 1959 e inaugurada em Dezembro de 1969. Poço Branco tornou-se um município na data de 26 de julho de 1963, pela Lei nº. 2.899, desmembrando-se do município de Taipu e se tornando uma cidade do Rio Grande do Norte. A origem de seu nome está datada por volta de 1890, quando os primeiros moradores do povoado deram este nome ao lugar devido aos poços de água cristalina que existiam à margem do rio Ceará Mirim. Uma construtora planejou a cidade e por muitos anos Poço Branco foi, junto com Brasília/DF, uma das poucas cidades planejadas do país. A sua população foi formada basicamente pela miscigenação entre os antigos moradores de Poço Branco Velho e os funcionários da construtora da barragem, já que muitos deles constituíram família em solo poço branquense.

2.8.2 DADOS POPULACIONAIS E ECONÔMICOS

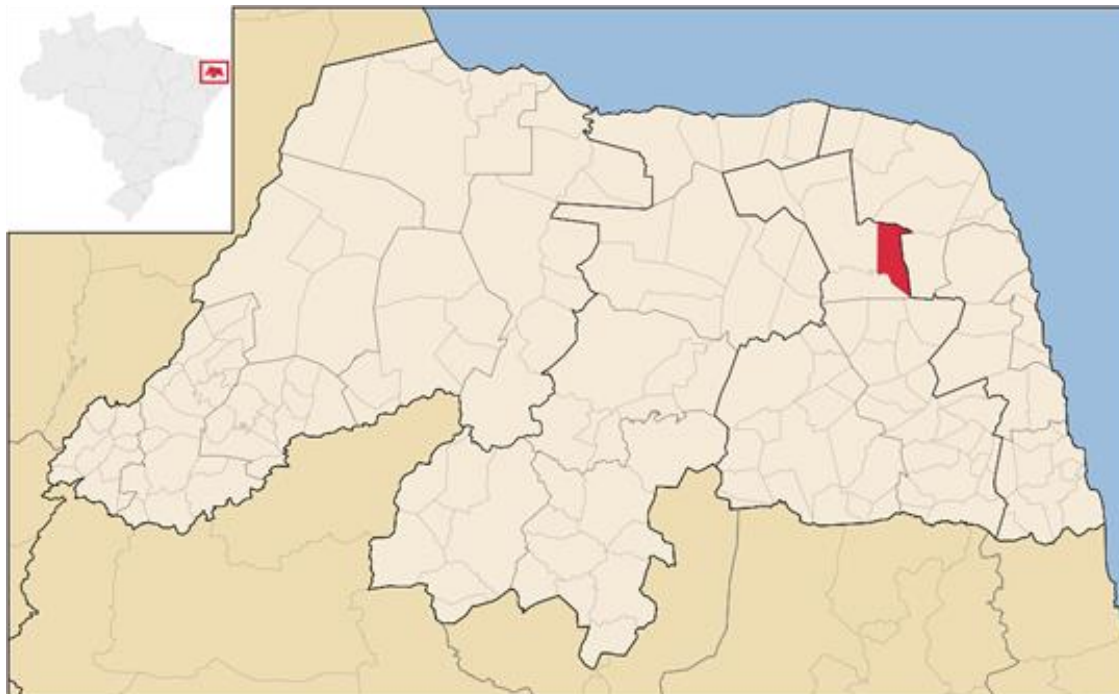
Poço Branco localiza-se a 59 km da capital Natal, de acordo com o senso realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE, no ano de 2010, sua população era de 13.949 habitantes e a população estimada no ano de 2018 é de 15.294 pessoas, a localidade abrange uma área territorial de 230,401 km².

O município sobrevive, principalmente, das receitas que recebe dos governos federal e estadual. A principal delas, o FPM (Fundo de Participação do Município), sofreu, nos últimos anos, sucessivas quedas, mas ainda corresponde a maior parte de tudo que o município arrecada anualmente. Outros repasses (como Royalties, IPI e ICMS, IRPF, IPVA) e os impostos e taxas de natureza municipal formam a malha financeira do município.

Em Poço Branco encontra-se uma quantidade significativa de empreendimentos. A pecuária, a pesca, a agricultura, os empregos públicos e a prestação de serviços são as outras fontes de sobrevivência de sua população que, como a maioria dos municípios brasileiros,

depende muito das ações de sua prefeitura. O município não possui produção industrial e/ou intelectual proveniente da sua população ou de seus recursos naturais.

Figura 1 - Localização do município de Poço Branco no mapa do RN



Fonte IBGE (2010)

3 METODOLOGIA

O objetivo deste tópico é exibir a metodologia que foi realizada por meio da aplicação de questionários nos estabelecimentos de Poço Branco-RN com o propósito de obter dados sobre empreendimentos e perfil dos empreendedores da cidade.

De acordo com Teixeira e Bonfim (2016) essa pesquisa pode ser considerada descritiva. Pois, o estudo se propõe a analisar um determinado grupo de empreendedores a partir de opiniões, atitudes e comportamentos, com vistas a identificar características de modo que seja possível sua ordenação e classificação.

O estudo foi fundamentado por meio de uma pesquisa de campo no centro comercial da cidade, foram feitas entrevistas em 32 empreendimentos, que como foi citado, tem o objetivo de preencher um questionário que consta no anexo A com perguntas sobre o proprietário e sobre o empreendimento. Após isso, foram desenvolvidos gráficos e tabelas, revelando os resultados obtidos com o uso da ferramenta Microsoft Office Excel.

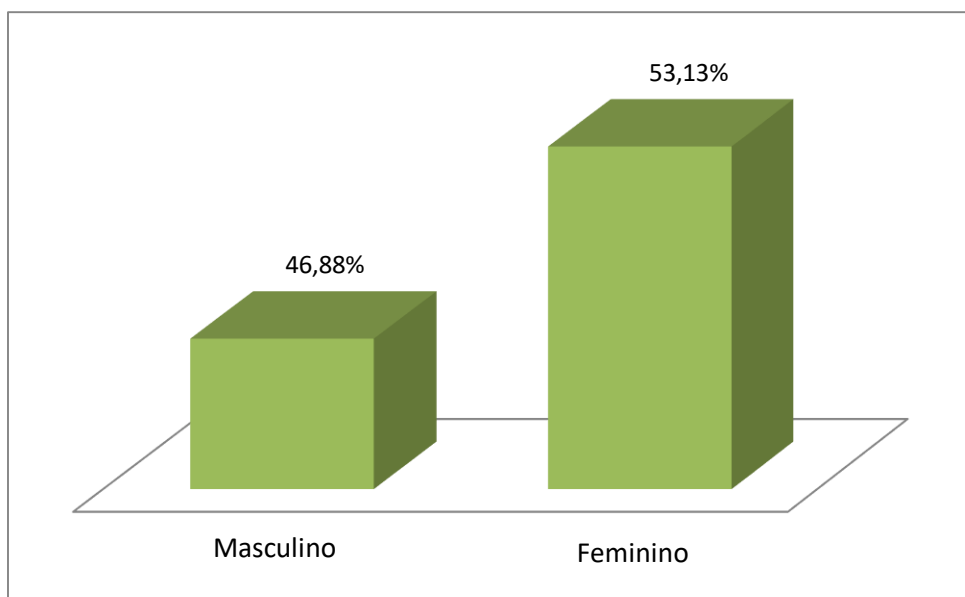
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES POR GÊNERO

Com base nos dados obtidos por meio do questionário, observa-se que no município de Poço Branco as mulheres empreendem mais que os homens (gráfico 1), elas representam um total de 53,13% de empreendedoras, enquanto os homens 46,88%. Isto é uma confirmação do que foi citado no referencial teórico, as mulheres vem cada vez mais se destacando e ganhando espaço no empreendedorismo.

Na tabela e gráfico a seguir, encontram-se as quantidades dos dados coletados na pesquisa em campo do gênero dos empreendedores.

Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero do município de Poço Branco - RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero do município de Poço Branco - RN

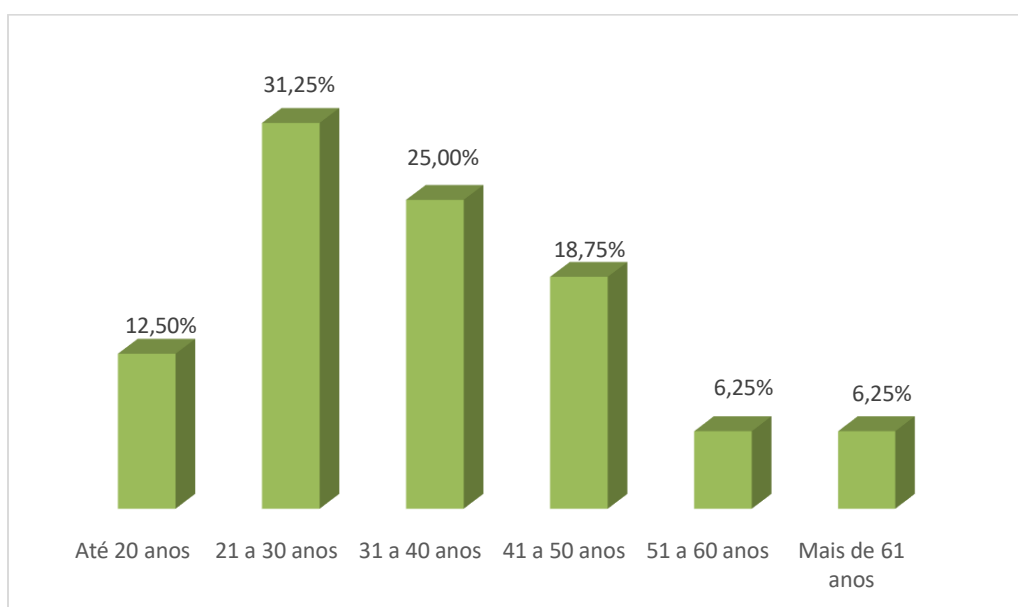
Gênero		Percentual (%)
Masculino	15	46,88
Feminino	17	53,13
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.2 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES POR FAIXA ETÁRIA

Averiguando os empreendedores do município, pode-se observar que existe uma predominância de empreendedores jovens adultos na faixa etária entre 21 a 30 anos que representam a porcentagem de 31,25%. Posteriormente estão destacados os empreendedores de 31 a 40 anos que simbolizam 25% dos empreendimentos. As outras faixas etárias estão distribuídas com proporções menores e podem ser observadas na tabela 2 e no gráfico 2.

Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Poço Branco - RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Poço Branco – RN

Faixa Etária	Quantidade	Percentual (%)
Até 20 anos	4	12,50
21 a 30 anos	10	31,25
31 a 40 anos	8	25,00
41 a 50 anos	6	18,75
51 a 60 anos	2	6,25
Mais de 61 anos	2	6,25
Total	32	100,00

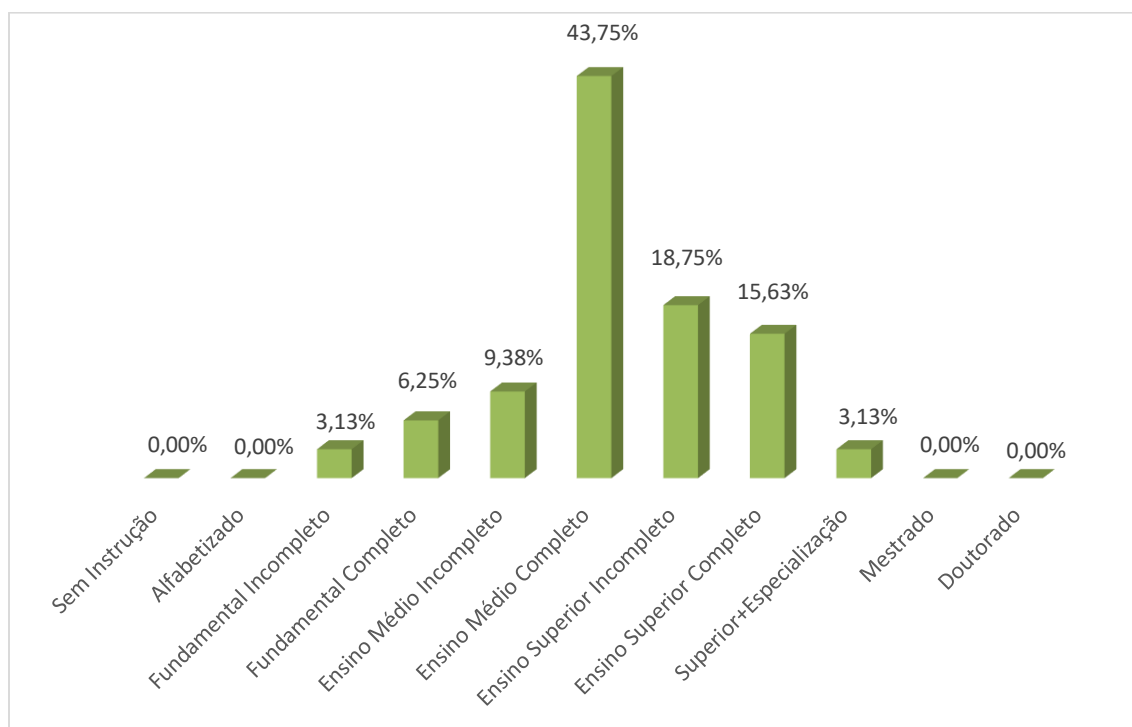
Fonte: Autoria própria (2019)

4.3 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES POR ESCOLARIDADE

Considerando as informações colhidas por meio do questionário, foi observado que todos os empreendedores que responderam a esta pergunta são alfabetizados. A vasta maioria conta com o ensino médio completo, aproximadamente 44%. Seguidamente destacam-se as categorias de ensino superior incompleto com 18.75% e ensino superior completo com 15.63%.

Pode-se dizer que a proximidade com a capital do estado facilita o acesso ao ensino superior, pois em Natal encontram-se a maior quantidade de universidades públicas e particulares do estado e Poço Branco conta com transporte disponibilizado pela prefeitura para o deslocamento dos estudantes todos os dias.

Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores por escolaridade do município de Poço Branco – RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 3 - Distribuição dos empreendedores por escolaridade do município de Poça Branco– RN

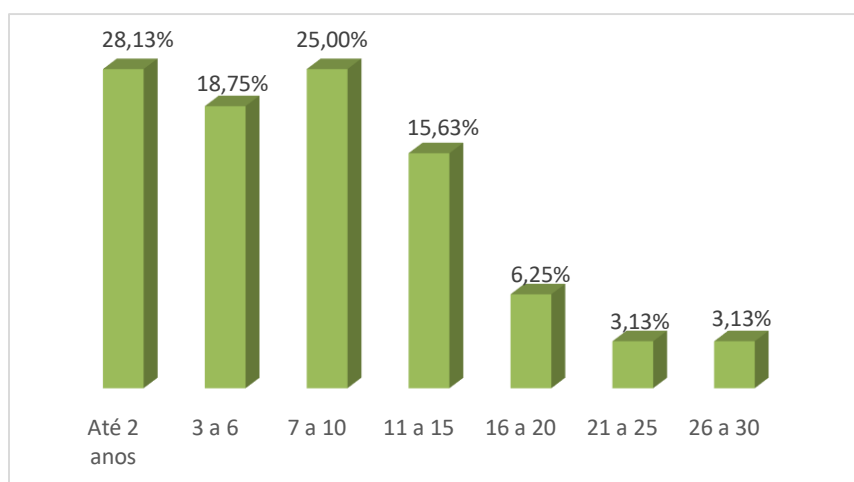
Escolaridade	Quantidade	Percentual (%)
Sem Instrução	0	0,00
Alfabetizado	0	0,00
Fundamental Incompleto	1	3,13
Fundamental Completo	2	6,25
Ensino Médio Incompleto	3	9,38
Ensino Médio Completo	14	43,75
Ensino Superior Incompleto	6	18,75
Ensino Superior Completo	5	15,63
Superior+Especialização	1	3,13
Mestrado	0	0,00
Doutorado	0	0,00
Total	32	100,00%

Fonte: Autoria própria (2019)

4.4 DISTRIBUIÇÃO POR IDADE DOS EMPREENDIMENTOS

Apresentamos nesse item através do Gráfico 4 e da Tabela 4 o resultado da distribuição por idade dos empreendimentos do município.

Há empreendimentos de todas as idades em poço branco, todas as opções desta pergunta foram preenchidas, mas os que se destacaram foram: o numero de empreendimentos com menos de 2 anos com cerca de 28,13% e bem próximo a esta quantidade estão os empreendimentos com idade de 7 a 10 anos que totalizam 25% e em seguida a faixa de 6 a 10 anos totalizando 18,75%.

Gráfico 4 - Distribuição dos empreendedores por idade dos empreendimentos do município de Poço Branco - RN

Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 4 - Distribuição dos empreendedores por idade dos empreendimentos do município de Poço Branco- RN

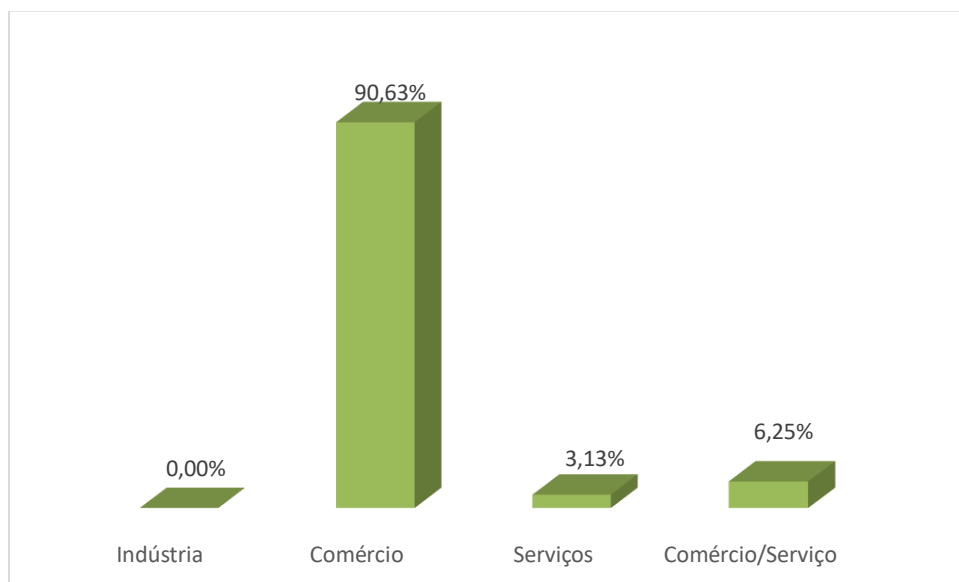
Idade	Quantidade	Percentual (%)
Até 2 anos	9	28,13
3 a 6	6	18,75
7 a 10	8	25,00
11 a 15	5	15,63
16 a 20	2	6,25
21 a 25	1	3,13
26 a 30	1	3,13
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.5 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS POR RAMO

Por meio da pesquisa realizada no município, pode-se aferir que o setor comercial é predominante atingindo 90,63%, já os empreendimentos dos setores de serviço chegam há apenas 3,13% e os que associam os dois setores totalizam 6,25%, algo que pode ser observado na tabela a seguir.

Gráfico 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo do município de Poço Branco - RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo do município de Poço Branco - RN

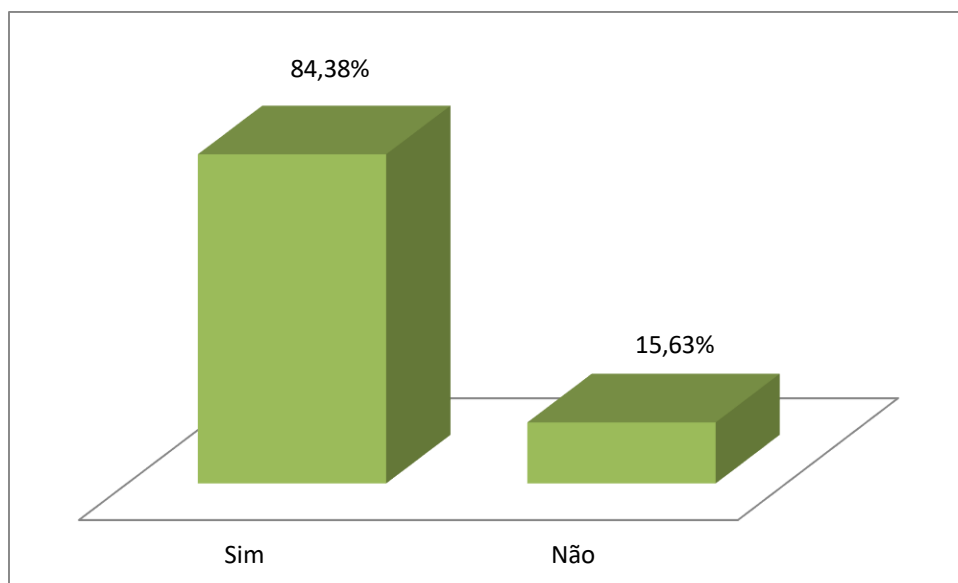
Ramo	Quantidade	Percentual (%)
Indústria	0	0,00
Comércio	29	90,63
Serviços	1	3,13
Comércio/Serviço	2	6,25
Total	32	100,00

Fonte: Autoria Própria (2019)

4.6 NÚMERO DE EMPRESAS REGISTRADAS

Em conformidade com o gráfico 5 e a tabela 5, constatou-se que um maior numero de empreendimentos possui algum tipo de registro junto a órgãos regulamentadores em um total de 84,38%, desse total uma boa parte diz que é cadastrada junto a Receita Federal enquanto a outra parte não especificou ou respondeu a esta pergunta, o restante, 15,62%, não possui nenhum tipo de registro.

Compreende-se que empreendimentos irregulares têm maiores dificuldades para seu funcionamento, tornando mais difícil o seu crescimento, estando vulnerável a fiscalizações e eventuais contratemplos, por esse motivo, é tão importante ser registrado e atuar dentro da legalidade

Gráfico 6 - Número de empresas registradas do município de Poço Branco - RN

Fonte: Autoria própria (2019)

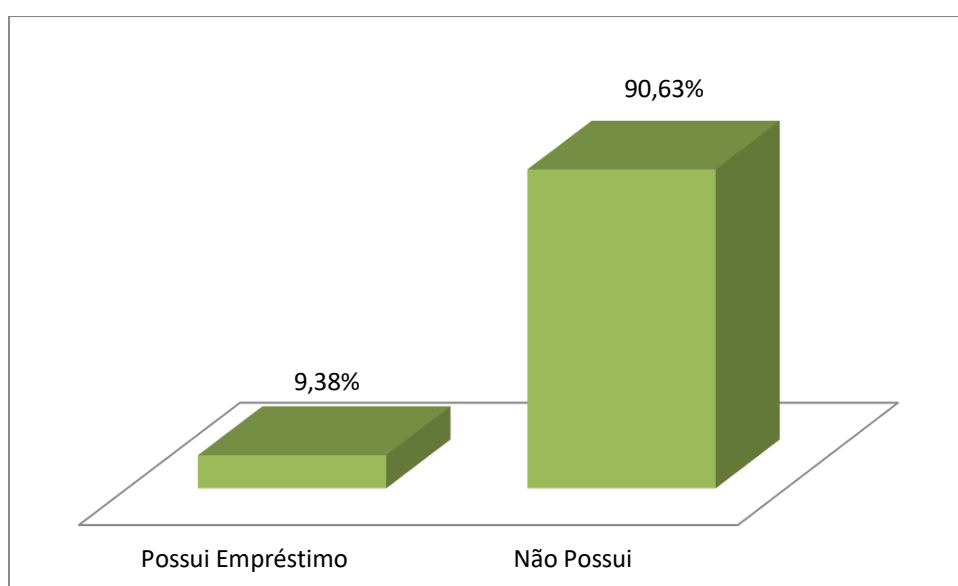
Tabela 6 - Número de empresas registradas do município de Poço Branco- RN

Registro	Quantidade	Percentual (%)
Sim	27	84,38
Não	5	15,63
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.7 DISTRIBUIÇÃO DE EMPRESAS QUE POSSUEM EMPRÉSTIMOS PÚBLICOS

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que entrevistou 6.000 donos de micro e pequenas empresas no Brasil, constatou que pegar um empréstimo com um banco é uma realidade distante para a maior parte dos empreendedores e principal motivo, mencionado por 47%, são os juros altos, além da falta de garantias e de avalistas. Essa situação não é diferente no centro comercial de Poço Branco, com base no que consta o Gráfico 7, foi descoberto que 90,63% dos empreendedores não possuem empréstimos e apenas 9,37% possuem.

Gráfico 7 - Distribuição de empresas que possuem empréstimos do município de Poço Branco - RN

Fonte: Autoria própria (2019)

Gráfico 7 - Distribuição de empresas que possuem empréstimos do município de Poço Branco - RN

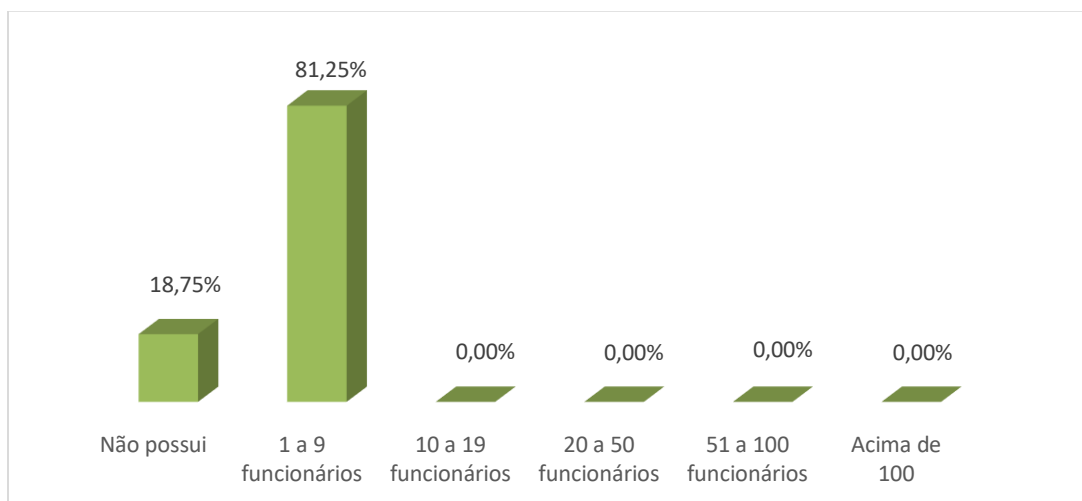
Empréstimo	Quantidade	Percentual (%)
Possui	3	9,38
Não Possui	29	90,63
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.8 DISTRIBUIÇÃO DE ACORDO COM O NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS NOS EMPREENDIMENTOS

Mediante o gráfico 8, é possível notar que 81,25% dos estabelecimentos dispõe de 1 a 9 trabalhadores, sendo em grande maioria apenas 1 trabalhador. Também é possível perceber uma característica do microempreendedor individual, existindo 18,75% dos empreendimentos sem funcionários. Todas as outras opções que continham opções maiores de números de funcionários ficaram em 0%. Este último dado é preocupante, pois significa que não há grandes geradores de empregos na cidade, uma informação que reflete diretamente na economia e na qualidade de vida do contingente populacional.

Gráfico 8 - Distribuição dos funcionários nos empreendimentos do município de Poço Branco - RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 8 - Distribuição dos funcionários nos empreendimentos do município de Poço Branco – RN

Funcionários	Quantidade	Percentual (%)
Não possui	6	18,75
1 a 9 funcionários	26	81,25
10 a 19 funcionários	0	0,00
20 a 50 funcionários	0	0,00
51 a 100 funcionários	0	0,00
Acima de 100	0	0,00
Total	32	100,00

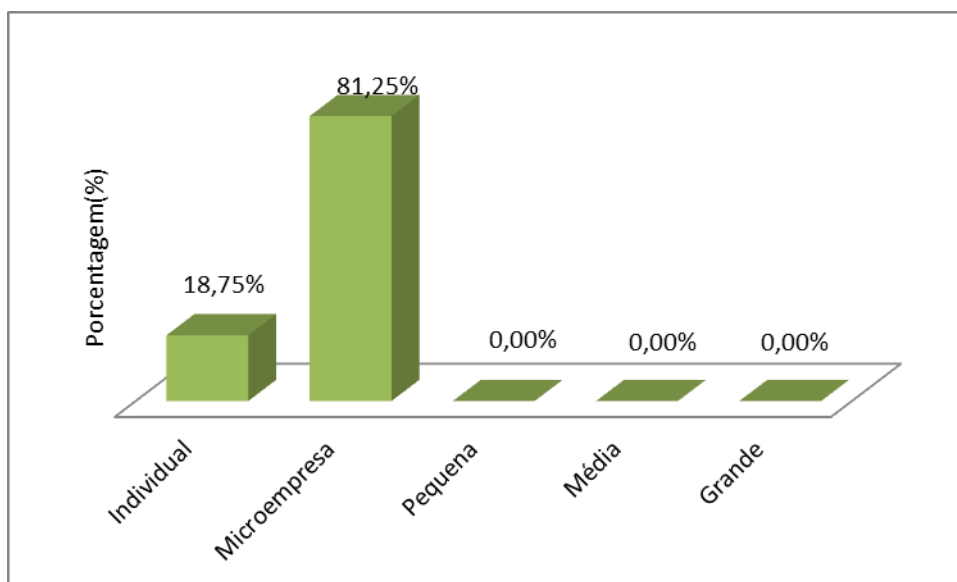
Fonte: Autoria própria (2019)

4.9 CLASSIFICAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DE ACORDO COM O PORTE DAS EMPRESAS

De acordo com estudos do Sebrae (2011), a criação anual de negócios formais no Brasil é de mais de 1,2 milhões de novos empreendimentos formais, e a maioria absoluta são pequenos negócios. Apresenta-se no gráfico 9 os dados coletados sobre a classificação dos empreendimentos de acordo com o porte e constata-se que no centro comercial de Poço Branco isso não é diferente, as microempresas totalizam 81,25% dos negócios no município e os outros 18,75% ficaram com a categoria de micro empreendedor individual, explica-se esse fato por tratar-se de uma categoria com burocracia reduzida e facilidade para abertura e manutenção.

Poço Branco não conta com empreendimentos com mais de 10 funcionários, ficando expostas na tabela 9 as demais categorias de pequena, média e grandes empresas sem porcentagem significativa.

Gráfico 9 - Classificação dos empreendimentos de acordo com o porte das empresas do município de Poço Branco - RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 9 - Classificação dos empreendimentos de acordo com o porte das empresas do município de Poço Branco – RN

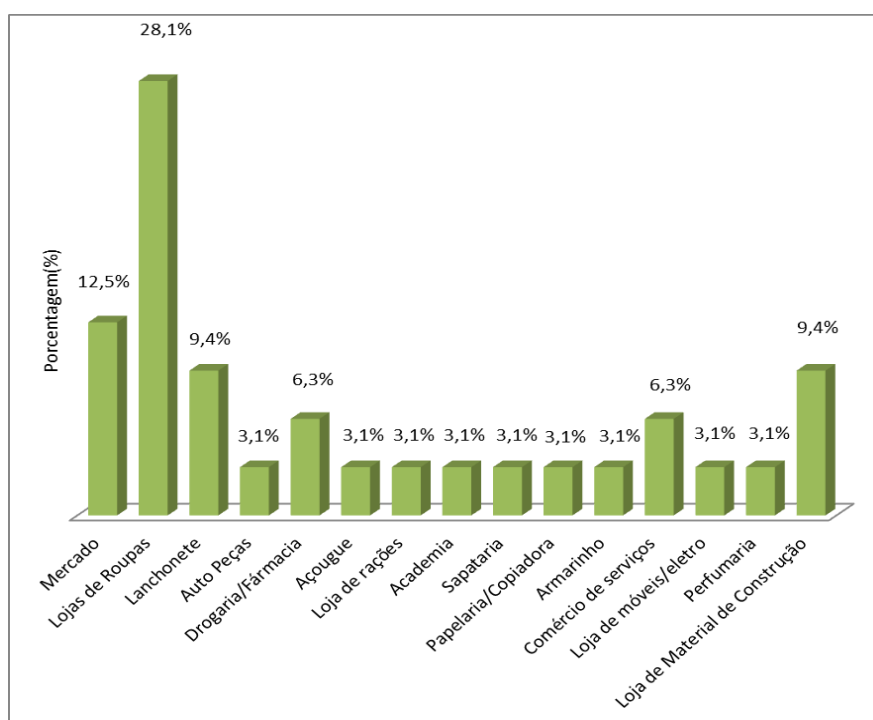
Porte	Quantidade	Percentual (%)
Individual	6	18,75
Microempresa	26	81,25
Pequena	0	0,00
Média	0	0,00
Grande	0	0,00
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.10 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS POR TIPO DE NEGÓCIO

Conforme o gráfico 10 e a tabela 10, fica visível que no município encontra-se uma diversidade nos tipos de negócios predominada por lojas de roupas com 28,1% dos negócios analisados, em consecutivo estão os supermercados com 12,5% e com respectivamente 9,4% estão as lanchonetes e as lojas de materiais de construção, em numero menor de estabelecimentos, encontram-se farmácias, papelaria, perfumaria, loja de moveis e eletros, sapataria, açougue, entre outros.

Gráfico 10 - Distribuição dos empreendimentos por tipo de negócio do município de Poço Branco-RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 10 - Distribuição dos empreendimentos por tipo de negócio do município de Poço Branco- RN

Tipo	Quantidade	Percentual (%)
Mercado	4	12,5
Lojas de Roupas	9	28,1
Lanchonete	3	9,4
Auto Peças	1	3,1
Drogaria/Farmácia	2	6,3
Açougue	1	3,1
Loja de rações	1	3,1
Academia	1	3,1
Sapataria	1	3,1
Papelaria/Copiadora	1	3,1
Armarinho	1	3,1
Comércio de serviços	2	6,3
Loja de móveis/eletro	1	3,1
Perfumaria	1	3,1
Loja de Material de Construção	3	9,4
Total	32	100,0

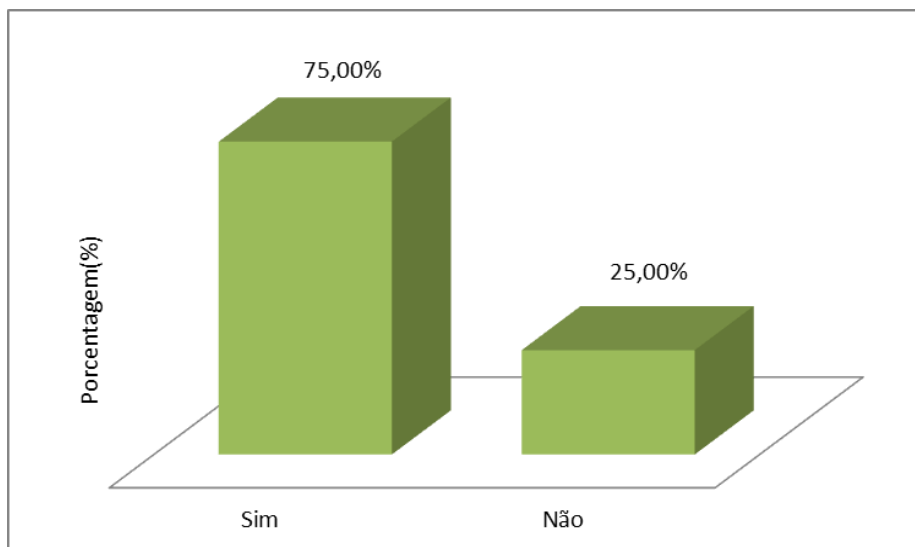
Fonte: Autoria própria (2019)

4.11 CLASSIFICAÇÃO QUANTO AO USO DE TECNOLOGIA

Os percentuais explícitos no gráfico 11 e tabela 11 estão apresentando os percentuais das respostas positivas e negativas quanto ao uso de tecnologias dos empreendimentos do centro comercial de Poço Branco.

Como se pode observar, a maioria dos empreendimentos conta com o uso de tecnologias atingindo 75% do total, a época em que vivemos colabora para este dado, nos tempos hodiernos a tecnologia faz parte do dia-a-dia de grande parte da população mundial e dos empreendedores não poderia ser diferente, autores relatam que muitas empresas enxergaram a oportunidade para se relacionarem diretamente com seus públicos-alvo e utilizarem estratégias digitais para alavancarem seus negócios.

Gráfico 11 - Classificação quanto ao uso de tecnologias nos empreendimentos do município de Poço Branco - RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 11 - Classificação quanto ao uso de tecnologias nos empreendimentos do município de Poço Branco - RN

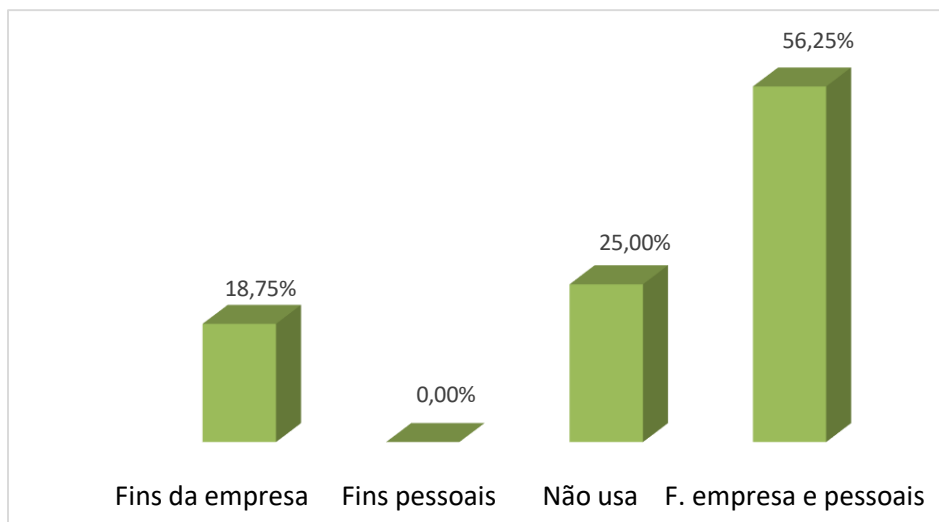
Usa Tecnologia	Quantidade	Percentual (%)
Sim	24	75,00
Não	8	25,00
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.12 FINALIDADE DO USO DA TECNOLOGIA NOS EMPREENDIMENTOS

Considerando o gráfico 12 e a tabela 12 localizados abaixo, 56,25% dos entrevistados utilizam a tecnologia para fins da empresa e pessoais, 18,75% usam para fins da empresa e 25% não faz uso de tecnologias.

Gráfico 12 - Finalidade do uso de tecnologias nos empreendimentos do município de Poço Branco – RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 12 - Finalidade do uso de tecnologias nos empreendimentos do município de Poço Branco – RN

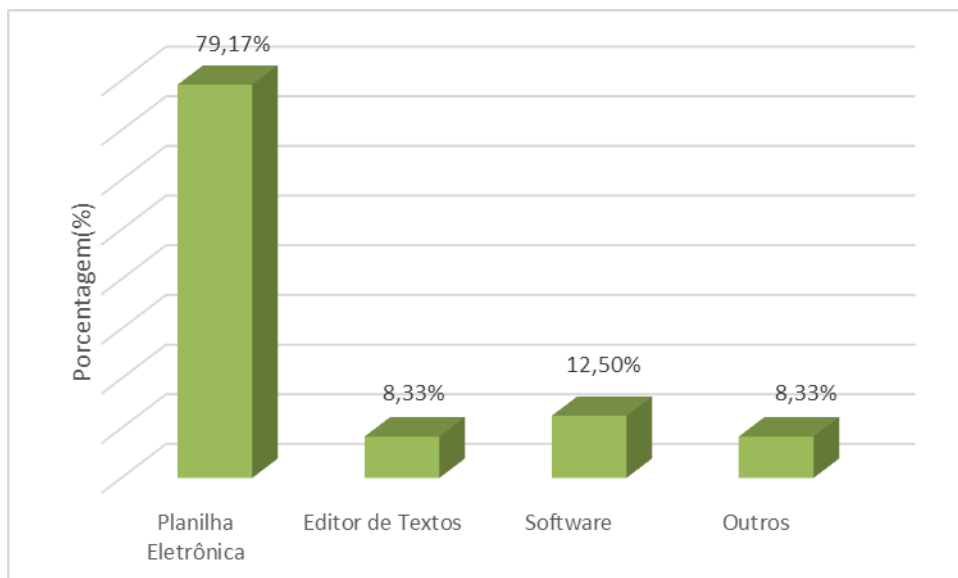
Fins Uso Tecnologia	Quantidade	Percentual (%)
Fins da Empresa	6	18,75
Fins Pessoais	0	0,00
Não faz uso de tecnologia	8	25,00
Fins da Empresa e Pessoais	18	56,25
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.13 UTILIZAÇÃO DE APLICATIVOS NAS TECNOLOGIAS EXISTENTES NOS EMPREENDIMENTOS

Os dados referentes à utilização de aplicativos nas tecnologias existentes nos empreendimentos da cidade de Poço Branco são apresentados nessa seção. Em conformidade com Gráfico 13 nota-se que das empresas que fazem uso de tecnologia, 79,17% utilizam planilha eletrônica, em seguida 12,5% possuem Software específico e respectivamente 8,33% fazem o uso de outros tipos de aplicativos e editor de textos.

Gráfico 13 - Utilização de aplicativos nas tecnologias existentes nos empreendimentos do município de Poço Branco – RN



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 13 - Utilização de aplicativos nas tecnologias existentes nos empreendimentos do município de Poço Branco – RN

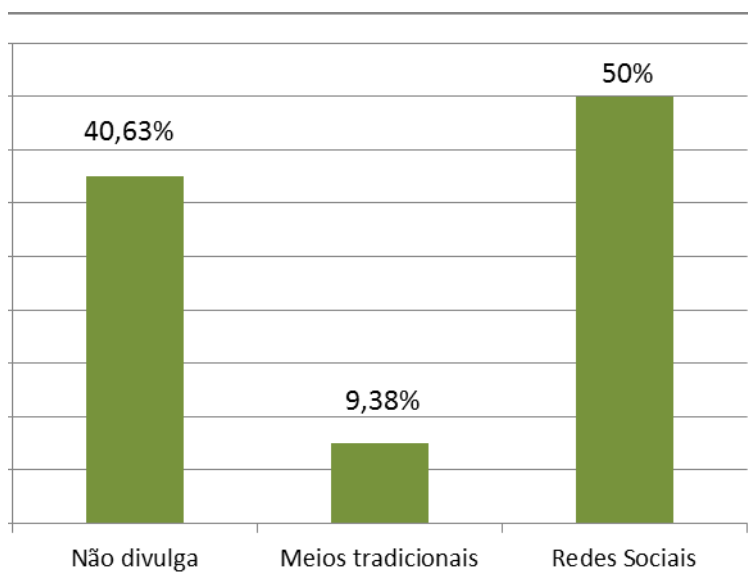
Aplicativos	Quantidade	Percentual (%)
Planilha Eletrônica	19	79,17
Editor de Textos	2	8,33
Software	3	12,50
Outros	2	8,33
Total	24	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.14 COMO SÃO DIVULGADOS OS EMPREENDIMENTOS

Qualquer que seja o tamanho ou o ramo da empresa, a divulgação é um instrumento de ampla importância, pois, é por meio dela que se consegue criar uma boa ponte de comunicação inteligente e de qualidade para atrair clientes para as empresas.

Apresenta-se no Gráfico 14 que as redes sociais lideram com 50% entre os meios de divulgação, os meios tradicionais que são: anúncios em jornais e rádios, panfletos e carros de som, totalizaram apenas 9,38% e as empresas que não divulgam tem um alto índice, cerca de 40%.

Gráfico 14 – Como são divulgados os empreendimentos do município de Poço Branco-RN

Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 14 – Como são divulgados os empreendimentos do município de Poço Branco-RN

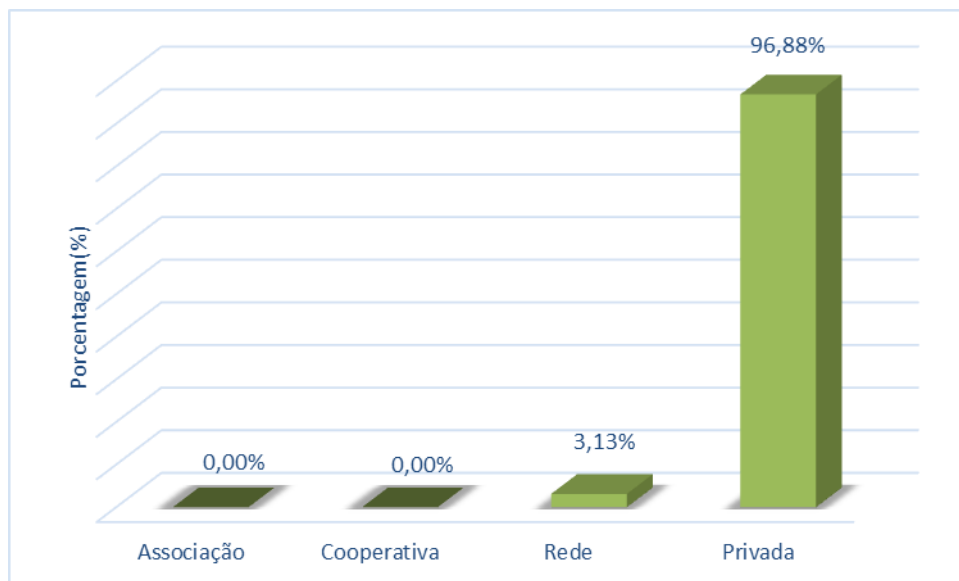
Divulgação	Quantidade	Percentual (%)
Não divulga	13	40,63
Meios tradicionais	3	9,38
Redes Sociais	16	50,00
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.15 CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS DE ACORDO COM SEU CARÁTER

Constatou-se por meio dos dados obtidos no questionário e expostos no gráfico 17 que a grande maioria dos empreendimentos é de caráter privado, chegando a somar 96,88%. Os empreendimentos caracterizados como rede totalizam 3,13%, por fim, não foram vistas empresas do tipo cooperativa e associação no centro comercial de Poço Branco.

Gráfico 15 - Classificação das empresas de acordo com seu caráter do município de Poço Branco – RN



Fonte: Autoria própria (2019)

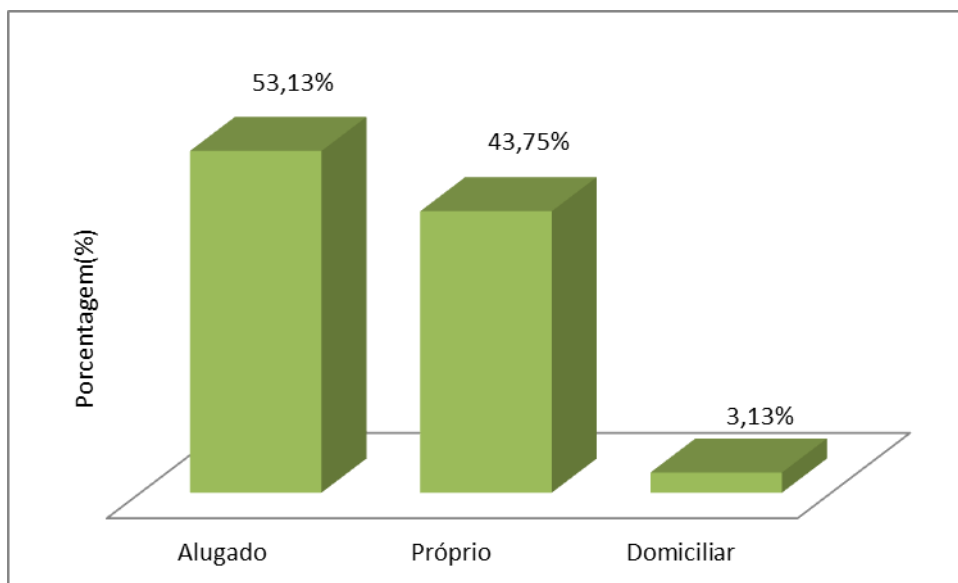
Tabela 15 - Classificação das empresas de acordo com seu caráter do município de Poço Branco – RN

Caráter	Quantidade	Percentual (%)
Associação	0	0,00
Cooperativa	0	0,00
Rede	1	3,13
Privada	31	96,88
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.16 PONTO DOS ESTABELECIMENTOS

É notório no gráfico 16 que quanto à classificação de onde está situada a sede dos estabelecimentos que a maior parte é do tipo alugado com 53,13%, seguido por prédios próprios com 43,75% e apenas 1 local é domiciliar, resultando em 3,13%.

Gráfico 16 - Ponto dos estabelecimentos das empresas do município de Poço Branco-RN

Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 16 - Ponto dos estabelecimentos das empresas do município de Poço Branco-RN

Ponto	Quantidade	Percentual (%)
Alugado	17	53,13
Próprio	14	43,75
Domiciliar	1	3,13
Total	32	100,00

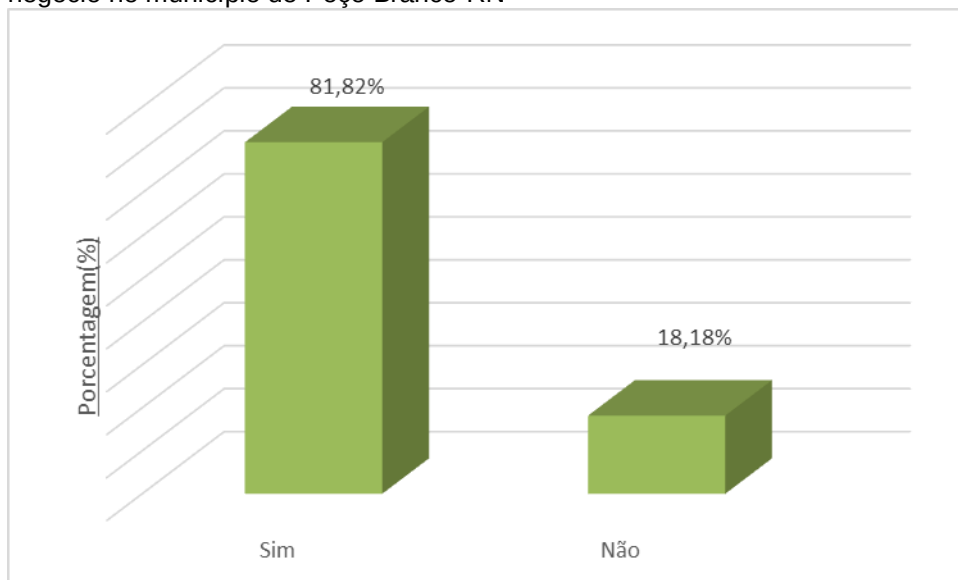
Fonte: Autoria própria (2019)

4.17 POSSIBILIDADE DE PROMOVER MELHORIAS NOS EMPREENDIMENTOS ATUAIS OU DESENVOLVER OUTRO NEGÓCIO

Apresentamos neste tópico por meio do Gráfico 17 e da Tabela 17 o pensamento dos empreendedores em desenvolver futuramente outro negócio empresarial ou promover melhorias no que está em atividade.

Foram obtidas 81,82% de respostas positivas a essa pergunta, como mencionado no referencial teórico, o pensamento sobre melhorias faz parte do perfil empreendedor. Já os outros 18,18% que responderam negativamente, usaram em grande parte o argumento da crise econômica no país.

Gráfico 17 - Possibilidade de promover melhorias nos empreendimentos atuais ou desenvolver outro negócio no município de Poço Branco-RN



Fonte: Autoria própria (2019)

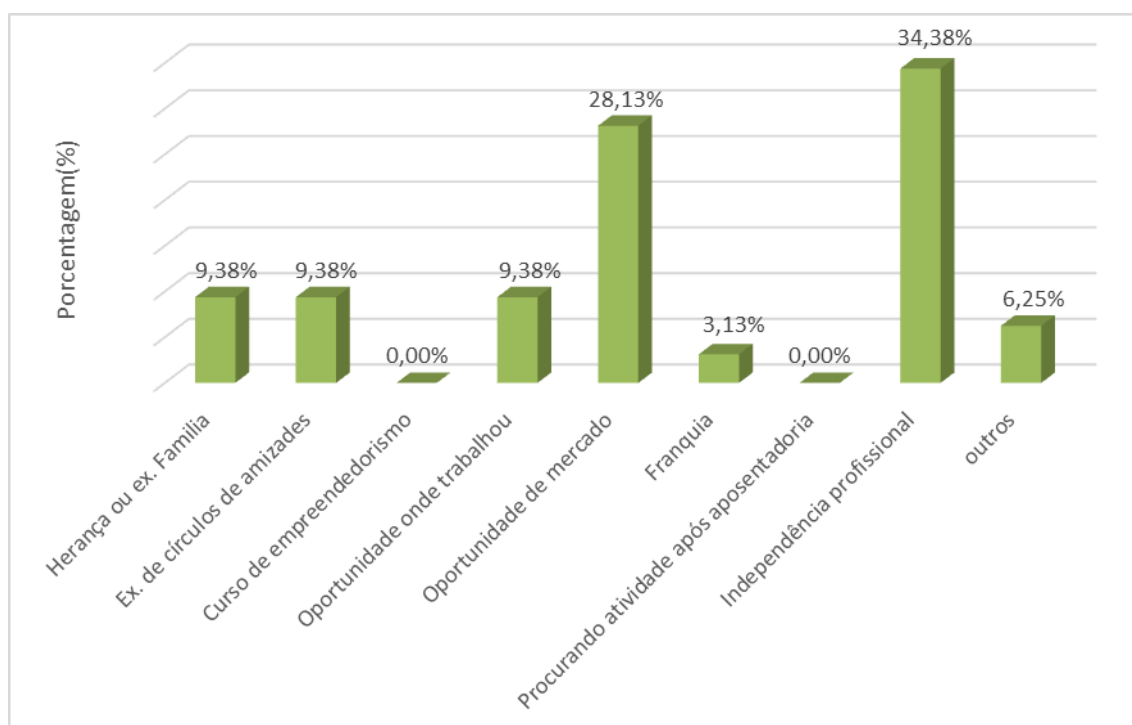
Tabela 17 - Possibilidade de promover melhorias nos empreendimentos atuais ou desenvolver outro negócio no município de Poço Branco-RN

Possib. Melhorias	Quantidade	Percentual (%)
Sim	18	81,82
Não	4	18,18
Total	22	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

4.18 COMO SURTIU A IDEIA DE MONTAR A EMPRESA

Partindo dos dados obtidos, foi possível constatar que existem diferentes motivos que fizeram com que os empreendedores criassem as suas empresas. O motivo que mais se destacou foi à busca por independência profissional com 34,38%, este fato já havia sido citado anteriormente no referencial teórico como um dos principais, outro motivo que se destacou foram as oportunidades de mercado que somaram 28,13%, os que tiveram exemplo de círculos de amizades, herança de família e oportunidade onde trabalhou representaram respectivamente 9,38%, por fim, 6,25% afirmou que foram outros motivos que não estavam nas alternativas.

Gráfico 18 – Como surgiu a ideia de montar a empresa no município de Poço Branco - RN

Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 18 – Como surgiu a ideia de montar a empresa no município de Poço Branco - RN

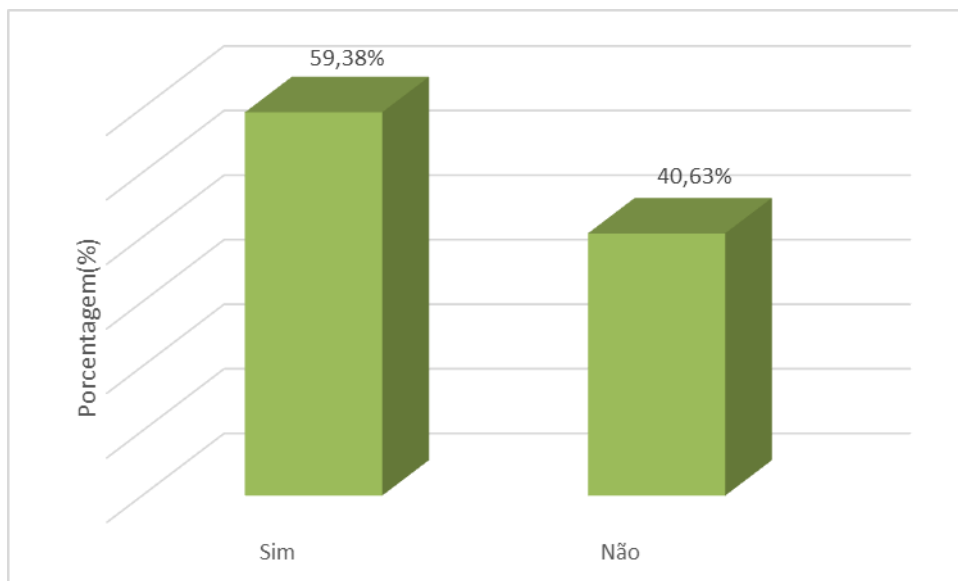
Fatores	Quantidade	Percentual (%)
Herança ou ex. Família	3	9,38%
Ex. de círculos de amizades	3	9,38%
Curso de empreendedorismo	0	0,00%
Oportunidade onde trabalhou	3	9,38%
Oportunidade de mercado	9	28,13%
Franquia	1	3,13%
Procurando atividade após aposentadoria	0	0,00%
Independência profissional	11	34,38%
Outros	2	6,25%
Total	32	100,00%

Fonte: Autoria própria (2019)

4.19 O EMPREENDEDOR POSSUI OUTROS COMÉRCIOS ALÉM DESTES?

No centro comercial de Poço Branco, existem 59,38% de empreendedores que possuem outros negócios, enquanto 40,63% possuem um único empreendimento.

Gráfico 19 - O empreendedor possui outros empreendimentos além deste no município de Poço Branco – RN?



Fonte: Autoria própria (2019)

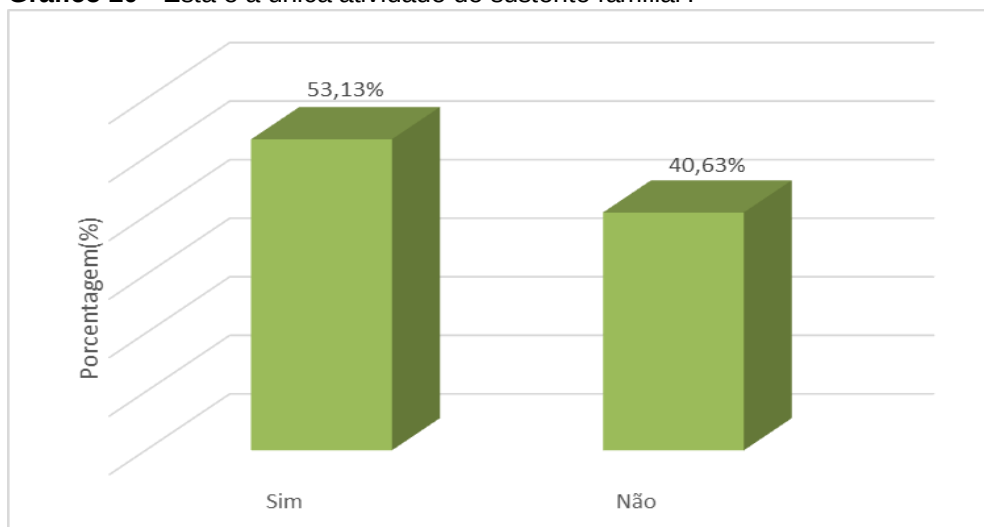
Gráfico 19 - O empreendedor possui outros empreendimentos além deste no município de Poço Branco – RN?

Possui outro comercio	Quantidade	Percentual (%)
Sim	19	59,38
Não	13	40,63
Total	32	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

20 ESTA É A ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR?

O Gráfico 20 e a tabela 20, nos revela que 53,13% dos entrevistados afirmaram que é a única atividade de sustento familiar, os 40,63% restantes é composto por aqueles que responderam que não é a única atividade de sustento familiar.

Gráfico 20 - Esta é a única atividade de sustento familiar?

Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 20 - Esta é a única atividade de sustento familiar?

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Sim	17	53,13%
Não	13	40,63%
Total	32	100,00%

Fonte: Autoria própria (2019)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresenta informações, perfil e considerações identificadas dos empreendedores da cidade de Poço Branco-RN. Tem como finalidade, contribuir com o desenvolvimento local, bem como dar suporte a quem procura informações com interesse de empreender nessa cidade. Em virtude das informações e resultados encontrados, é possível concluir que:

As mulheres fazendo uso de seus conhecimentos, habilidades e características, empreendem em maior número com relação aos homens, foi observado que a maioria os empreendedores do município são jovens e adultos de 21 a 30 anos, percebeu-se também que os empreendedores possuem alguma instrução escolar, a maior parte com o ensino médio completo.

Foi notado um maior número de micro empresas com apenas 1 funcionário e isso reflete na baixa oferta de empregos para o contingente populacional, o fato de não ter encontrado nenhuma indústria pode ser explicado por se tratar de um pequeno município não desenvolvido economicamente.

Nos empreendimentos estudados o tempo de funcionamento da maior parte se limita a 2 anos, ou seja, empresas novas. Há uma preponderância no número de empresas privadas e a informalidade foi um fator pouco pautado, o que nos dá a informação que essa maioria tem consciência dos seus direitos e deveres. O uso de tecnologia é um fato interessante, visto que, até os comércios de menor porte, usam algum tipo.

Boa parte respondeu que o motivo de começar o empreendimento foi buscando a independência profissional o que é muito comum em nosso país, devido a crise econômica, muitas pessoas buscam sua independência por meio do empreendedorismo.

A maioria dos entrevistados da cidade de Poço Branco-RN tem interesse em promover melhorias ou fazer novos investimentos em seus negócios, o que faz parte do perfil empreendedor, a maior parte também tem a atividade empreendedora como única atividade do sustento familiar e alegam não obter outros empreendimentos.

Por fim, notou-se que ramo predominante é o comércio, a partir disso, foi observado que há uma lacuna a ser preenchida na área de serviços em conjunto com comércios como, restaurantes com um bom atendimento, salões de beleza, pet shops com serviços veterinários e empreendimentos ou empreendedores que atuem na área de entretenimento.

REFERÊNCIAS

- BARLACH, Lisete. **Comportamento empreendedor: um estudo empírico baseado no referencial de McClelland.** Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/ReCaPe/article/view/21837/16082>>. Acesso em: 23 jun. 2019.
- DESCONHECIDO. **Empresa Privada.** Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/293636/empresa-privada>>. Acesso em: 22 jun. 2019.
- DESCONHECIDO. **Escolaridade dos empreendedores.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/educacao-e-ciencia/2012/02/escolaridade-dos-empreendedores>>. Acesso em: 18 jun. 2019.
- DESCONHECIDO. **Número de donos de negócios com alta escolaridade cresce 59%.** Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2015/10/numero-de-donos-de-negocios-com-alta-escolaridade-cresce-59.html>>. Acesso em: 20 jun. 2019.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor.** 6a ed. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- EDUCAÇÃO, Portal. **Redes de Empresas.** Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/redes-de-empresas/56469>>. Acesso em: 22 jun. 2019.
- FAGUNDES, Rosival. **O perfil das micro e pequenas empresas brasileiras.** Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/o-perfil-das-micro-e-pequenas-empresas-brasileiras>>. Acesso em: 26 jun. 2019.
- Filion, L. J. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares.** Revista de Administração da Universidade de São Paulo, 7(3), 2-7. 2000.
- Fossen, F. M. (2011). **Gender differences in entrepreneurial choice and risk aversion – a decomposition based on a microeconomic model.** Applied Economics, 44(14), 1795–1812. <http://doi.org/10.1080/00036846.2011.554377>

FRANCO, Roni de Oliveira. **Longevidade e gestão: a necessidade de as empresas aprenderem a sobreviver.** Disponível em:

<<https://administradores.com.br/noticias/longevidade-e-gestao-a-necessidade-de-as-empresas-aprenderem-a-sobreviver>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

GEUS, A. **Curto prazo x longevidade.** HSM Management, v.1, n.48, p.17-19, jan./fev. 2005.

GONÇALVES, J. E. L. **Os impactos das novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviço.** Revista Administração de Empresas, v. 34, n. 1, p.63-81, 1993.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo.** Tradução: Lene Belon Ribeiro. 5a ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Kargwell, S. (2012). **A comparative study on gender and entrepreneurship development: still a male's world within UAE cultural context.** International Journal of Business and Social Science, 3(6), 44–55.

KRÜGER, Cristiane; PINHEIRO, Juliano Peranson; MINELLO, Italo Fernando. **As características comportamentais empreendedoras de david mcclelland.** Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/mcclelland.html>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

LOMBARD, K. V. **Female self-employment and demand for flexible, nonstandard work schedules.** Economic Inquiry, Oxford University Press, v. 39, n. 2, p. 214-237, abr. 2001.

OUL. **Juros altos afastam empreendedores de empréstimos em banco.** Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2018/11/07/empreendedor-es-pme-evitam-emprestimos-bancos-juros-altos-sebrae.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 26 jun. 2019.

PAOLONI, Paola; LOMBARDI, Rosa. **Gender Issues in Business and Economics.** Springer, 2018.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico.** Fundo de Cultura, 1959.

SEBRAE. **Cooperativa: o que é, para que serve, como funciona.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/cooperativa-o-que-e-para-que-serve-como-funciona,7e519bda15617410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

SEBRAE. **Cooperativa: serie empreendimentos coletivos**. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65f0176ca446f4668643bc4e4c5d6add/\\$File/5193.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/65f0176ca446f4668643bc4e4c5d6add/$File/5193.pdf)>. Acesso em: 22 jun. 2019.

SEVERIANO, Herivelto Clayton. **As configurações do gênero na subjetividade: um olhar sócio-histórico sobre os papéis sexuais**. 2007. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências da Saúde, Centro Universitário de Brasília.

SOUZA, Maxwell. **Tecnologia A importância da Tecnologia no crescimento empresarial**. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-da-tecnologia-no-crescimento-empresarial>>. Acesso em: 19 jun. 2019

Strobino, M. R. C. &Teixeira, R. M. (2014). **Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba**. Revista Administração, USP, São Paulo, 49(1):1-18. jan./fev./mar.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira. **Empreendedorismo e Gênero: Desafios para tornar forte o sexo frágil**. ENANPAD-Encontro Nacional da ANPAD, v. 34, 2010.

Verheul, I., van Stel, A., & Thurik, R. (2006). **Explaining female and male entrepreneurship at the country level**. Entrepreneurship & Regional Development, 18(2), 151–183. <http://doi.org/10.1080/08985620500532053>

**ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS
EMPREENDEIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO
MUNICÍPIO DE POÇO BRANCO– 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: _____

EMAIL: _____

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
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Superior + Especialização
- Mestrado
- Doutorado

QUANDO INICIOU O NEGÓCIO?

IDADE DA EMPRESA _____

Data de fundação ____/____/____

RAMO:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

TIPO DE NEGÓCIO:

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

GERÊNCIA/PROPRIETÁRIO:

REGISTRADA junto a 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

COMO DIVULGA A EMPRESA:

- Não divulga
- Redes Sociais
- Site próprio
- Tradicionais

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 amizades
- 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?
