



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

JANNE MARY ALVES CARDOZO

**ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES E CARACTERIZAÇÃO DOS
EMPREENDIMENTOS DO CENTRO COMERCIAL DE MARCELINO VIEIRA/RN**

ANGICOS/RN

2020

JANNE MARY ALVES CARDOZO

**ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES E CARACTERIZAÇÃO DOS
EMPREENDIMENTOS DO CENTRO COMERCIAL DE MARCELINO VIEIRA/RN**

Trabalho de conclusão de curso, apresentado a Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA, Campus Angicos, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciência e Tecnologia.

Orientadora: Prof^a Annyelly Virginia Brito – UFERSA.

ANGICOS/RN

2020

© 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.

C268a Cardozo, Janne Mary Alves.
ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES E
CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DO CENTRO
COMERCIAL DE MARCELINO VIEIRA/RN / Janne Mary
Alves Cardozo. - 2020.
64 f. : il.

Orientadora: Annyelly Virginia Brito.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e
Tecnologia, 2020.

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3.
Empreendedores. I. Brito, Annyelly Virginia ,
orient. II. Título.

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

JANNE MARY ALVES CARDOZO

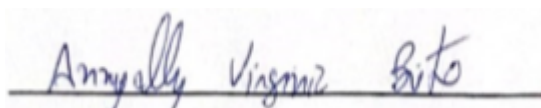
**ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES E CARACTERIZAÇÃO DOS
EMPREENDIMENTOS DO CENTRO COMERCIAL DE MARCELINO VIEIRA/RN**

Trabalho de conclusão de curso, apresentado a
Universidade Federal Rural do Semi-Árido –
UFERSA, Campus Angicos, como requisito
para a obtenção do título de Bacharel em
Ciência e Tecnologia.

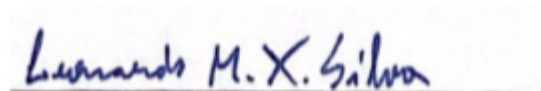
Orientadora: Prof^a Annyelly Virginia Brito –
UFERSA

Defendida em: 07 / 02 / 2020.

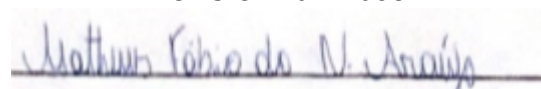
BANCA EXAMINADORA



Annyelly Virginia Brito, Prof^a. (UFERSA)
Presidente



Leonardo Magalhães Xavier Silva, Prof. Me. (UFERSA)
Membro Examinador



Matheus Fábio do Nascimento Araújo (UFERSA)
Membro Examinador

Dedico este trabalho em especial aos meus pais
e tios, por sonharem com esse dia tanto quanto
eu.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro a Deus, por sempre se fazer presente em minha vida, demonstrando seu amor para comigo até mesmo nos pequenos detalhes, bem como, dando-me força em meio a tantos momentos difíceis.

Agradeço aos meus pais de coração, João Batista Cardozo e Maria Alves Cardozo, por todo amor, esforço, dedicação e confiança em mim depositada. Serei eternamente grata por todos os ensinamentos, todos os puxões de orelha, afinal, foram eles que me fizeram chegar até aqui. Devo tudo que sou hoje a vocês.

Aos meus tios e segundos pais, Francisco (Chicó) e Jacinta, por todo afeto, acolhimento e apoio, meu muito obrigada.

A Thiago Rodrigo, por estar presente nesse momento tão significativo da minha vida, pelo companheirismo, cuidado e todo o suporte dado a mim, irei lembrar com enorme carinho.

Aos meus amigos, Ana Karolina, Karla Graziele, Laize Cristina, Maria Bruna, Maykon Douglas e Vinicius Henrique, por acreditarem no meu potencial, quando eu mesma cheguei a duvidar. Obrigada por cada palavra de conforto, cada mão estendida, e por compartilharem comigo os melhores e piores momentos, contem sempre comigo.

A minha orientadora Annyelly Brito, pela orientação dada, pela paciência e o empenho dedicado ao meu projeto de pesquisa, fatores esses fundamentais para a realização deste trabalho.

A todos aqueles que de forma direta ou indiretamente contribuíram para a concretização deste sonho.

“Nunca é tarde demais pra ser o que você
poderia ter sido.”

(George Eliot)

RESUMO

Em importância ao grande crescimento dos empreendedores no Brasil, é fundamental a análise e caracterização dos empreendedores das cidades. A sociedade capitalista passa por uma nova era, onde os indivíduos sentem a necessidade de tomar iniciativas como forma de adaptações para o meio aos quais estão inseridos, mudando estilos de vida, hábitos, ambientes de trabalho e até mesmo transformando algo simples em mais sofisticados, fazendo com que a comunidade necessite desse novo produto ou serviço oferecido. Este fenômeno, conhecido como empreendedorismo, está cada vez mais visível no mercado a nível mundial, transformando pessoas de baixa renda em pequenos, médios e, até mesmo, grandes empresários, devido a uma simples ideia na qual vai se aperfeiçoando com experiências e conhecimentos adquiridos, tornando-os grandes empreendedores. Este trabalho tem como objetivo principal a visualização desse fenômeno na Região Nordeste, especificamente no sertão do Semi-Árido na cidade de Marcelino Vieira-RN. Para a construção deste trabalho, utilizou-se como metodologia uma pesquisa bibliográfico-documental, através da literatura clássica e uma pesquisa de campo, além do estudo de caso. Desta forma, foi aplicado um formulário, onde se procurou analisar a distribuição por gênero, a distribuição de acordo com a faixa etária nos empreendimentos, grau de escolaridade dos empreendedores, idade das empresas, e sua distribuição de acordo com os setores da economia, bem como a utilização das tecnologias da informação disponíveis no mercado.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Inovação. Empreendedores.

ABSTRACT

In importance to the great growth of entrepreneurs in Brazil, it is essential to analyze and characterize the entrepreneurs in the cities. Capitalist society is going through a new era, where individuals feel the need to take initiatives as a way of adapting to the environment in which they are inserted, changing lifestyles, habits, work environments and even transforming something simple into more sophisticated ones, causing the community to need this new product or service offered. This phenomenon, known as entrepreneurship, is increasingly visible on the world market, transforming low-income people into small, medium and even large entrepreneurs, due to a simple idea in which they are improving with acquired experiences and knowledge. , making them great entrepreneurs. This work has as main objective the visualization of this phenomenon in the Northeast Region, specifically in the semi-arid hinterland in the city of Marcelino Vieira – RN. For the construction of this work, a bibliographic-documental research was used as methodology, through the classic literature and a field research, in addition to the case study. Thus, a form was applied, which sought to analyze the distribution by gender, the distribution according to the age group in the enterprises, the education level of the entrepreneurs, the age of the companies, and their distribution according to the sectors of the economy, as well such as the use of information technologies available on the market.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Entrepreneurs.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Localização do Município de Marcelino Vieira no Estado do Rio Grande do Norte.	29
Figura 2 - Classificação da Pesquisa.	30

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero do município de Marcelino Vieira/RN.	32
Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Marcelino Vieira/RN.	34
Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade do município de Marcelino Vieira/RN.	35
Gráfico 4 - Tempo de funcionamento dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	37
Gráfico 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividades no município de Marcelino Vieira/RN.	38
Gráfico 6 - Número de empreendimentos registrados no município de Marcelino Vieira/RN.	39
Gráfico 7 - Número de empreendimentos que possuem empréstimo público no município de Marcelino Vieira/RN.	40
Gráfico 8 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	41
Gráfico 9 - Classificação dos empreendimentos segundo o porte das empresas no município de Marcelino Vieira/RN.	42
Gráfico 10 - Número de empreendedores que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Marcelino Vieira/RN.	43
Gráfico 11 - Fins do uso da tecnologia nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	44
Gráfico 12 - Aplicativos utilizados nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	45
Gráfico 13 - Meios de divulgação utilizados pelos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	46
Gráfico 14 - Tipos de serviços de divulgação utilizados pelos empreendimentos no Município de Marcelino Vieira/RN.	48
Gráfico 15 - Caráter dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	49
Gráfico 16 - Classificação quanto ao uso dos estabelecimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	50

Gráfico 17 - Número de empreendimentos que pretendem realizar melhorias no município de Marcelino Vieira/RN.	51
Gráfico 18 - Fatores que influenciaram a abertura dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	52
Gráfico 19 - Número dos empreendedores que possuem outros negócios no município de Marcelino Vieira/RN.	54
Gráfico 20 - Identificando se os empreendimentos são a única fonte de sustento familiar dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.	55
Gráfico 21 - Distribuição dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN pelo tipo de negócio.	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipos de empreendedores.	24
Quadro 2 - Distribuição por gênero dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.	33
Quadro 3 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Marcelino Vieira/RN.	34
Quadro 4 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade do município de Marcelino Vieira/RN.	36
Quadro 5 - Tempo de funcionamento dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	37
Quadro 6 - Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividades no município de Marcelino Vieira/RN.	38
Quadro 7 - Número de empreendimentos registrados no município de Marcelino Vieira/RN.	39
Quadro 8 - Número de empreendimentos que possuem empréstimo público no município de Marcelino Vieira/RN.	40
Quadro 9 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	41
Quadro 10 - Classificação dos empreendimentos segundo o porte das empresas no município de Marcelino Vieira/RN.	43
Quadro 11 - Número de empreendedores que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Marcelino Vieira/RN.	44
Quadro 12 - Fins do uso da tecnologia nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	45
Quadro 13 - Aplicativos utilizados nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	46
Quadro 14 - Meios de divulgação utilizados pelos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	47
Quadro 15 - Tipos de serviços de divulgação utilizados pelos empreendimentos no Município de Marcelino Vieira/RN.	48
Quadro 16 - Caráter dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	49
Quadro 17 - Classificação quanto ao uso dos estabelecimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	50

Quadro 18 - Número de empreendimentos que pretendem realizar melhorias no município de Marcelino Vieira/RN.	51
Quadro 19 - Fatores que influenciaram a abertura dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	53
Quadro 20 - Número dos empreendedores que possuem outros negócios no município de Marcelino Vieira/RN.	54
Quadro 21 - Identificando se os empreendimentos são a única fonte de sustento familiar dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.	55
Quadro 22 - Distribuição dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN pelo tipo de negócio.	57

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

Confins – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPI – Imposto Sobre Produtos Industrializados

MEI – Microempreendedor Individual

MPE – Micro e Pequenas Empresas

PIS – Programa de Integração Social

PME – Pequenas e Médias Empresas

RN – Rio Grande do Norte

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas

SOFTEX – Sociedade Brasileira para Exportação de Software

TTE – Taxa de Empreendedorismo Total

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	19
1.1. Objetivos.....	19
1.1.1. Objetivo Geral	19
1.1.2. Objetivos Específicos	20
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
2.1. Empreendedorismo.....	21
2.1.1. Origem.....	21
2.1.2. Definição	22
2.2. Empreendedorismo no Brasil	22
2.3. Tipos de empreendedores	23
2.4. Tipos de empreendimentos.....	25
2.4.1. Microempreendedor Individual (MEI)	25
2.4.2. Micro e Pequenas Empresas (MPE)	25
2.4.3. Pequenas e Médias Empresas (PME)	26
2.4.4. Empresa de Grande Porte	26
2.5. Empreendedorismo e inovação tecnológica	27
2.6. Dificuldades de empreender	27
3. METODOLOGIA.....	29
3.1. Caracterização Da Área De Estudo	29
3.2. Instrumentos de coleta e tabulação de dados.....	30
3.3. Classificação da pesquisa	30
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	32
4.1. Distribuição dos empreendedores por gênero do município de Marcelino Vieira/RN. 32	
4.2. Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Marcelino Vieira/RN.	33

4.3. Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade do município de Marcelino Vieira/RN.	34
4.4. Tempo de funcionamento dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	36
4.5. Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividades no município de Marcelino Vieira/RN.	37
4.6. Número de empreendimentos registrados no município de Marcelino Vieira/RN.	38
4.7. Número de empreendimentos que possuem empréstimo público no município de Marcelino Vieira/RN.	39
4.8. Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	40
4.9. Classificação dos empreendimentos segundo o porte das empresas no município de Marcelino Vieira/RN.	41
4.10. Número de empreendedores que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Marcelino Vieira/RN.	43
4.11. Fins do uso da tecnologia nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	44
4.12. Aplicativos utilizados pelos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.	45
4.13. Meios de divulgação utilizados pelos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	46
4.14. Tipos de serviços de divulgação utilizados pelos empreendimentos no Município de Marcelino Vieira/RN.	47
4.15. Caráter dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	49
4.16. Classificação quanto ao uso dos estabelecimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	50
4.17. Número de empreendimentos que pretendem realizar melhorias no município de Marcelino Vieira/RN.	51
4.18. Fatores que influenciaram a abertura dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.	52

4.19. Número dos empreendedores que possuem outros negócios no município de Marcelino Vieira/RN.	53
4.20. Identificando se os empreendimentos são a única fonte de sustento familiar dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.....	54
4.21. Distribuição dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN pelo tipo de negócio.	55
5. CONCLUSÃO.....	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS EMPREENDIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE MARCELINO VIEIRA – RN.....	61

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é de demasiada importância para o desenvolvimento econômico do país, seja ofertando e mantendo empregos ou inovando diante do mercado, de forma a impulsionar a atividade econômica, em outras palavras, o empreendedorismo contribui para a formação da riqueza do país.

A riqueza de uma nação é mensurada por sua capacidade de fornecer os bens e serviços essenciais ao bem-estar da população, diante disso, segundo Dengen (1989, p. 9) “o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas socioeconômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir os bens e serviços necessários”. Para Schumpeter (1942) a formação da riqueza do país, se dá a partir do processo de “destruição criativa” dos empreendedores, processo este que gera novos produtos, métodos e mercados, criando uma nova estrutura econômica (DEGEN, 1989).

Apesar da relevância do empreendedorismo para a produção de riquezas, a escassez de informações acerca do mercado dificulta a atuação dos empreendedores. De acordo com Biagio (2012), os dados sobre o mercado são a bússola que norteia as ações do empreendedor, sendo essencial para o sucesso do empreendimento, uma vez que o empreendedor passa a conhecer as diversas variáveis existentes em seu meio. Além disso, a ausência dessas informações limita o poder de atuação de órgãos governamentais na orientação de políticas públicas que fomentem o desenvolvimento de determinadas regiões, o que dificulta a atração de investimentos. Desta forma, o estudo busca fornecer subsídios a tomada de decisão, que promovam o desenvolvimento social e econômico, resultando em melhoria da qualidade de vida da população de Marcelino Vieira/RN.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo Geral

Analisar o perfil dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN, assim como seus empreendimentos, a fim de caracterizá-los.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Analisar o nível de atuação quanto ao gênero no empreendedorismo do município;
- Averiguar a distribuição por faixa etária nos empreendimentos do município;
- Conhecer as áreas de atuação comercial e de serviços para o município;
- Avaliar o nível de comprometimento financeiro através de empréstimos a bancos de caráter oficial;
- Classificar os empreendimentos do município quanto ao porte;
- Estimar o nível de inovação dos empreendimentos do município por meio do uso de tecnologias.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo

2.1.1. Origem

Segundo Dornelas (2001), o primeiro uso do termo empreendedorismo foi atribuído a Marco Polo ao assinar um contrato com um homem que possuía dinheiro e mercadorias, visando estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco assumia papel ativo, correndo todos os riscos, enquanto o homem que emprestou dinheiro – capitalista – assumia os riscos de forma passiva.

Na Idade Média, era definido como empreendedor aquele que geria e/ou participava de grandes projetos de produção. Os recursos utilizados eram provindos do governo e seu papel principal era gerenciar o projeto, não assumindo muitos riscos (DORNELAS, 2001; HISRICH; PETERS; SHEPHER, 2009).

No século XVII surgiu os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo, visto que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para a realização de algum serviço ou fornecimento de produtos, no entanto, os preços eram prefixados, fazendo com que qualquer lucro ou prejuízo fosse exclusividade do empreendedor. Na época em questão um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos – do capitalista – aquele que fornecia o capital, foi o escritor Richard Cantillon, considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo (DORNELAS, 2001; HISRICH; PETERS; SHEPHER, 2009).

Finalmente no século XVIII, os termos empreendedor e capitalistas, foram distinguidos, possivelmente em virtude da industrialização. Pode-se citar como exemplo de empreendedor o inventor Thomas Edison, que contou com o auxílio de investidores para o financiamento dos seus experimentos (DORNELAS, 2001).

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores e administradores eram constantemente confundidos, visto que os mesmos eram analisados de um ponto de vista econômico “como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista” (DORNELAS, 2001, p. 28).

Em meados do século XX, estabeleceu-se a percepção de empreendedor como inovador – alguém que desenvolve algo inédito. A capacidade de inovar pode ser notada desde os

egípcios, com suas grandes construções, até o módulo lunar Apolo. Ao longo da história, a capacidade de inovar esteve presente em todas as civilizações, ainda que as ferramentas tenham se modificado devido aos avanços na ciência e tecnologia (HISRICH; PETERS; SHEPHER, 2009).

2.1.2. Definição

São inúmeras as definições a cerca do termo “empreendedorismo”. Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009, pag. 27), a palavra empreendedor em sua origem francesa *entrepreneur*, literalmente traduzida significa “aquele que está entre” ou “intermediário”. Ainda segundo os autores, empreendedorismo é o processo de criar algo novo agregando valor, dedicando tempo e o esforço, assumindo os riscos e obtendo as recompensas oriundas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Segundo Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”.

No que se refere ao empreendedor, Chiavenato (2007, p. 7) o define como “a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades.”

Schumpeter (1947) amplia a definição dizendo que “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias” (CHIAVENATO, 2007, p. 8).

De acordo com Dornelas (2012) o empreendedor é aquele que identifica uma oportunidade e cria um negócio para faturar sobre ele, assumindo riscos.

A partir das definições aqui apresentadas observa-se que não há unanimidade de pensamento com relação a definição de empreendedorismo e empreendedores, porém, todas apresentam aspectos semelhantes relacionados ao empreendedor, como: iniciativa, riscos, criação, novidade, eficiência, dentre outros.

2.2. Empreendedorismo no Brasil

A década de 1990, segundo Dornelas (2012) foi marcada pela popularização do movimento do empreendedorismo no Brasil, mediante a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX). Segundo o autor, no período antecedente a estas criações os ambientes político e econômico do país não eram promissores, além da escassez de informações para dar auxílio aos empreendedores na sua jornada.

A partir desse impulso, o Brasil passou a ter maiores possibilidades de desenvolver um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo do mundo, isso pode ser constatado em razão do Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, no qual atendeu mais de 6 milhões de empreendedores em todo território nacional nos anos de 1999 até 2002, o Empretec e Jovem Empreendedor do SEBRAE, que se tratam de programas de capacitação, o vasto crescimento de incubadoras de empresas, e de entidades de apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo, dentre outras ações que disseminaram o empreendedorismo no país (DORNELAS, 2012).

Dornelas (2012) cita o projeto GEM – Global Entrepreneurship Monitor – como o de maior impacto no que diz respeito ao acompanhamento de empreendedorismo nos países participantes, o mesmo tem como finalidade mensurar a atividade empreendedora dos países e analisar sua relação com o crescimento econômico. Segundo o GEM (2018), a Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) no Brasil atingiu 38%, ou seja, a cada cinco brasileiros entre 18 e 64 anos, haviam dois empreendedores, contabilizando aproximadamente 52 milhões de brasileiros desempenhando alguma atividade empreendedora, sendo o segundo maior percentual registrado na história do GEM (2002:2018), ficando abaixo apenas do ano de 2015, cujo percentual foi de 39%.

2.3. Tipos de empreendedores

Conforme Dornelas (2007), não existe um só tipo de empreendedor, diante disso o autor apresenta e define oito tipos de empreendedores que serão expostos no Quadro 1.

Quadro 1 - Tipos de empreendedores.

Empreendedor Nato	Comumente são os mais conhecidos, trazendo consigo histórias brilhantes de uma trajetória empreendedora que teve início quando jovens, em que começaram do zero e construíram grandes patrimônios, devido a habilidade de negociação e de vendas.
Empreendedor que Aprende	É normalmente uma pessoa que, inesperadamente, se deparou com uma oportunidade batendo à porta e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. Se trata de uma pessoa que nunca considerou ser empreendedor, que antes de se tornar um, não gostava de assumir riscos e via a carreira em grandes empresas como a única possibilidade.
Empreendedor Serial	O empreendedor serial é fascinado pelo ato de empreender, não se contenta em apenas criar um negócio e ficar à frente dele até que se transforme em uma grande organização. Em geral são pessoas que preferem os desafios e a adrenalina envoltos na criação de algo novo a assumir um papel de executivo que conduz grandes equipes.
Empreendedor Corporativo	O empreendedor corporativo usualmente são executivos competentes, com aptidão em gerenciar grandes empresas, fazendo uso do conhecimento de ferramentas administrativas que estes detêm. São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideologias, sabem se autopromover e são gananciosos, não se contentam com o que ganham.
Empreendedor Social	O empreendedor social visa o bem coletivo da comunidade, gerando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas, dessa forma desempenham um papel social de grande importância, já que por meio das suas ações e/ou organizações acabam preenchendo lacunas deixadas pelo governo.
Empreendedor por Necessidade	O empreendedor por necessidade, como próprio nome já diz, inicia uma atividade empreendedora por não existir outra alternativa, a não ser trabalhar por conta própria, seja pelo fato de não ter acesso ao mercado ou ter sido demitido.
Empreendedor Herdeiro	O empreendedor herdeiro tem como propósito levar à frente o legado de sua família e multiplicar o patrimônio recebido. Aprendem a empreender a partir dos exemplos encontrados na família, muitos desde cedo assumem responsabilidades na organização, assumindo cargos de direção ainda enquanto jovens.
Empreendedor Normal	O empreendedor normal é aquele no qual se preocupa com a longevidade de sua empresa e faz um planejamento, buscando minimizar os riscos de fracasso e aumentando a probabilidade do seu negócio ser bem-sucedido. O empreendedor normal é considerado o mais completo, porém, na prática ainda não representa uma quantidade significativa de empreendedores.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2007).

2.4. Tipos de empreendimentos

2.4.1. Microempreendedor Individual (MEI)

Segundo o SEBRAE (2019) é tido como um Microempreendedor Individual a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário. O microempreendedor deverá possuir uma receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) ou R\$ 6.750,00 (seis mil e setecentos e cinquenta reais) por mês, não poderá ser sócio ou titular de outra empresa, e dispor no máximo de um colaborador.

Ao realizar o registro como Microempreendedor Individual, o empreendedor passa a ter cidadania empresarial: CNPJ, direitos e benefícios. Dentre os benefícios, o MEI será enquadrado no Simples Nacional, ficando isento de tributos federais como, Imposto de Renda, Programa de Integração Social (PIS), Contribuição para financiamento da Seguridade Social (Confins), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), pagando apenas uma mensalidade do Simples Nacional, que irá variar de acordo com o setor de atividade (EMPREENDEDOR, 200?).

2.4.2. Micro e Pequenas Empresas (MPE)

O Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, também conhecido por Lei Geral, foi instituída pela Lei Complementar Federal 123/2006 para regulamentar o disposto na Constituição Brasileira, que prevê o tratamento favorecido e diferenciado à microempresa e à empresa de pequeno porte (SEBRAE, 2019).

Mediante o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, estabeleceu-se um regime tributário diferenciado para os pequenos negócios, com redução da carga de impostos e simplificação dos processos de cálculo e recolhimento, que é o Simples Nacional. Além destes, o estatuto abrange outros aspectos relativos a licitações públicas, estímulo ao crédito, capitalização, inovação e acesso à justiça, entre outros (SECRETARIA-EXECUTIVA DO COMITÊ GESTOR DO SIMPLES NACIONAL, 2019).

A Lei Geral uniformizou a definição de micro e pequena empresa ao delimitá-las com base em sua receita bruta anual. Considera-se microempresa ou empresa de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada ou o empresário. Para se enquadrar como microempresa, a receita bruta anual deverá ser igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). No que diz respeito a empresa de

pequeno porte, a receita bruta anual deverá ser superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) (SEBRAE, 2019).

Para o SEBRAE (2019) a classificação quanto ao porte das empresas se dá a partir da faixa de funcionários nelas contido. As microempresas do setor industrial podem dispor de até 19 funcionários, com relação as que atuam no comércio e serviços o número de funcionários que são compreendidos se detém em 9. Já para as pequenas empresas, na indústria é necessário apresentar de 20 a 99 funcionários e de 10 a 49 funcionários nos ramos de comércio e serviços.

2.4.3. Pequenas e Médias Empresas (PME)

As pequenas e médias empresas apresentam dimensões limitadas pela quantidade de funcionários e financeiros, definidos pelos Estados ou Regiões, fazendo com que estas se diferenciem das demais (SOARES, 2019).

O SEBRAE (2019) adotou uma metodologia para apuração do porte das empresas, que tem por base a quantidade de pessoas empregadas, dessa forma distinguindo as pequenas empresas das médias empresas. Para ser classificada como pequena empresa, a mesma deverá ter entre 20 e 99 empregados na indústria e entre 10 e 49 no comércio e serviços. Quanto as médias empresas, elas compreendem um número de empregados que se situa entre 50 a 99 no setor do comércio e serviços, já no setor industrial esse limite é de 100 a 499 pessoas empregadas.

Quanto as limitações financeiras, com base na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (2019), as empresas de médio porte podem ser classificadas de acordo com a Medida Provisória nº 2.190-34/2001, como: Grupo III – faturamento anual igual ou inferior a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais) e superior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais); Grupo IV – faturamento anual igual ou inferior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

2.4.4. Empresa de Grande Porte

Em conformidade com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA (2019) as Empresas de Grande Porte são categorizadas de acordo com a Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001 e seu faturamento anual, sendo divididas em dois grupos: Grupo I – faturamento anual superior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais); Grupo II – faturamento igual ou inferior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) e superior a R\$

20.000.000,00 (vinte milhões de reais). E aquelas que empregam 100 ou mais empregados no setor comercial e de serviços, e 500 ou mais empregados na indústria (SEBRAE, 2019).

2.5. Empreendedorismo e inovação tecnológica

Como já visto no decorrer deste trabalho, o empreendedorismo está relacionado diretamente com a inovação, seja ela no desenvolvimento de novos produtos, novos mercados ou, ainda, a nível tecnológico.

De acordo com Junqueira (2014) vivemos em um novo cenário mundial, considerando o desenvolvimento tecnológico e o constante crescimento da internet. Tendo em vista as mudanças provenientes desse cenário, as organizações têm buscado inserir-se e adaptar-se, para que estas não sejam ultrapassadas por seus concorrentes. As mídias sociais surgiram como importantes ferramentas para comunicação e publicidade organizacional nesse novo contexto.

Atualmente, as estratégias de comunicação para uma empresa deixaram de ser formadas unicamente por mensagens unilaterais – como comerciais, outdoors e anúncios em revistas – e passaram a fazer uso de canais que proporcionem a interatividade entre a empresas e seus clientes, como as redes sociais (FURLAN; MARINHO, 2013).

Devido ao grande volume de informações disponíveis na internet, nas redes sociais e nos sites, a utilização dessas ferramentas passaram a ser essenciais ao dia a dia tanto das pessoas, quanto das empresas, proporcionando maior agilidade e facilidade da divulgação de produtos/serviços, bem como a compra e venda de bens e/ou mercadorias, fidelizando e, ainda, atraindo novos clientes, devido ao acesso facilitado. (FURLAN; MARINHO, 2013; JUNQUEIRA, 2014).

2.6. Dificuldades de empreender

Como citado por Dornelas (2012), o Brasil possui uma enorme capacidade empreendedora, tendo em vista os programas e entidades criadas para o apoio e o desenvolvimento do empreendedorismo no país. Contudo, segundo o GEM (2018) ainda há muitos aspectos passíveis de melhorias, tais aspectos foram citados por especialistas mediante entrevistas, cujo foco era avaliar as condições para se empreender no país.

Os principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios apresentados pelos especialistas estão associados com as “políticas governamentais”, sendo os

aspectos ligados aos tributos e à burocracia ainda os mais presentes. Em segundo lugar está o fator “apoio financeiro”, de acordo com os especialistas a restrição de crédito ao empreendedor associada com a dificuldade para acessar os recursos financeiros, quando inacessíveis, representam um grave bloqueio para os empreendedores no Brasil. Em seguida é mencionado o fator “educação e capacitação”, no qual este pode diminuir as possibilidades de se conseguir um empreendedorismo com maior impacto social e econômico, considerando-se a formação superficial que os empreendedores recebem, dificultando assim no gerenciamento dos seus empreendimentos (GEM, 2018).

3. METODOLOGIA

Gonsalves (2007) define metodologia como o estudo dos caminhos a serem seguidos, assim como seus procedimentos, tratando-se de uma questão ampla na qual indica um processo de construção, o movimento que o pensamento humano realiza para assimilar a realidade social.

3.1. Caracterização Da Área De Estudo

O presente estudo foi desenvolvido no município de Marcelino Vieira, situado na mesorregião do Oeste Potiguar e na microrregião de Pau dos Ferros no Estado do Rio Grande do Norte, conforme ilustrado na Figura 1, estando localizado a 400 km da capital do estado. Em conformidade com o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), o município possui uma população de 8.265 habitantes, ocupando uma área territorial de 345,711 km², implicando numa densidade demográfica de 23,91 hab/km². Ainda de acordo com o IBGE (2016), o Produto Interno Bruto per capita corresponde a R\$ 6.971,92. Já no ano consecutivo o salário médio mensal gira em torno de 1.9 salários mínimos.

Figura 1 - Localização do Município de Marcelino Vieira no Estado do Rio Grande do Norte.



Fonte: Autoria Própria (2020).

3.2. Instrumentos de coleta e tabulação de dados

Os dados foram obtidos por meio de uma pesquisa de campo, na qual aplicou-se um questionário padrão contendo 22 questões no centro comercial do município de Marcelino Vieira/RN. A coleta de dados ocorreu entre os dias 17, 18 e 19 de outubro de 2019. Para que fossem analisados estatisticamente, os dados obtidos foram organizados e separados segundo as questões contidas no questionário, utilizando-se a ferramenta operacional Microsoft Office Excel para a geração de gráficos e tabelas, de modo a facilitar a análise e interpretação destes.

3.3. Classificação da pesquisa

Podemos classificar a pesquisa segundo diferentes critérios: quanto a natureza, aos objetivos, a abordagem e aos procedimentos. A Figura 2 apresenta os critérios citados anteriormente, destacando as técnicas de pesquisa que foram utilizadas para a realização deste estudo.

Figura 2 - Classificação da Pesquisa.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Conforme a Figura 2, constata-se que esta pesquisa é de natureza aplicada, a natureza da pesquisa diz respeito a sua finalidade, de acordo Appolinário (2011, p. 146) a pesquisa aplicada é realizada com o intuito de “resolver problemas ou necessidades concretas e imediatas”.

Quanto aos objetivos desta pesquisa, será descritiva e exploratória. Segundo Gonsalves (2007) a pesquisa descritiva tem por objetivo descrever as características de um objeto de estudo, entre esse tipo de pesquisa estão as que buscam identificar a existência de relações entre variáveis, onde não há preocupação com o porquê dos fenômenos, preocupa-se em apresentar suas características. Já a pesquisa exploratória, tem como fim desenvolver, explicitar e

transformar conceitos e ideias, proporcionando uma visão mais ampla, objetivando formular problemas ou hipóteses para estudos posteriores (GIL, 2009).

No que se refere a abordagem, trata-se de uma pesquisa combinada, sendo qualitativa e quantitativa, visto que esta se propõe a esclarecer por meio de dados quantificáveis as causas, as consequências e as correlações entre os fenômenos utilizando técnicas estatísticas (VIEIRA, 2010) e segundo Malhotra et al. (2005), o método qualitativo proporciona de forma subjetiva uma melhor visão e compreensão do problema.

O procedimento utilizado para o delineamento da pesquisa foi o estudo de caso, no qual Gil (2009, p. 57) caracteriza como sendo um “estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado”. Para o desenvolvimento do estudo de caso, se fez necessário executar cinco etapas, sendo elas: Delineamento da pesquisa, o desenho da pesquisa, a preparação e coleta de dados, a análise dos casos e entre os casos e por fim, a elaboração dos relatórios (BRANSKI; FRANCO; JÚNIOR, 2010).

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1. Distribuição dos empreendedores por gênero do município de Marcelino Vieira/RN.

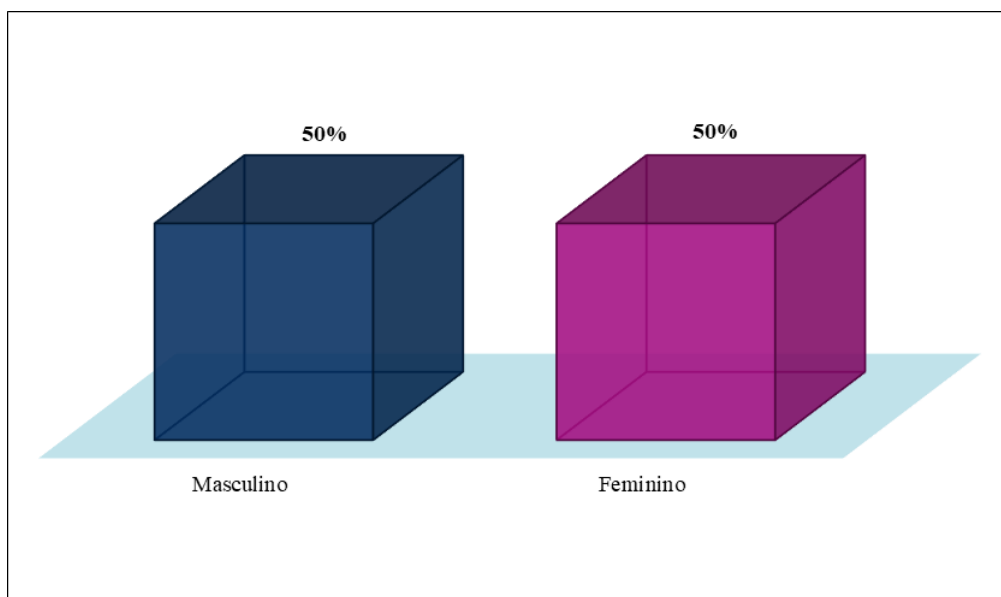
Partindo dos dados obtidos na aplicação do questionário, onde foram entrevistadas 44 pessoas, observou-se que no município de Marcelino Vieira, o perfil empresarial não tem predominância de gênero, uma vez realizado o estudo constatou-se uma equivalência entre o sexo masculino e feminino, obtendo um percentual na ordem de 50% para ambos, como pode ser visto no Gráfico 1 e Quadro 1.

Tal levantamento representa um dado positivo, visto que de acordo com o GEM (2018) os homens se mostraram mais ativos em atividades empreendedoras, quando comparado as mulheres.

O gênero predominante nos empreendimentos, analisando os dados fornecidos pelo GEM (2018), é o do sexo masculino, compreendendo o percentual de 41,8% com relação a população brasileira de 18 a 64 anos, enquanto o gênero feminino compreende o percentual de 34,5%.

Porém, no município analisado não há essa distinção quanto ao gênero, tanto os homens quantos as mulheres desempenham um papel importante para o empreendedorismo local, o que está representado por 50% cada gênero.

Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 2 - Distribuição por gênero dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.

Gênero	Quantidade	(%)
Masculino	22	50
Feminino	22	50
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

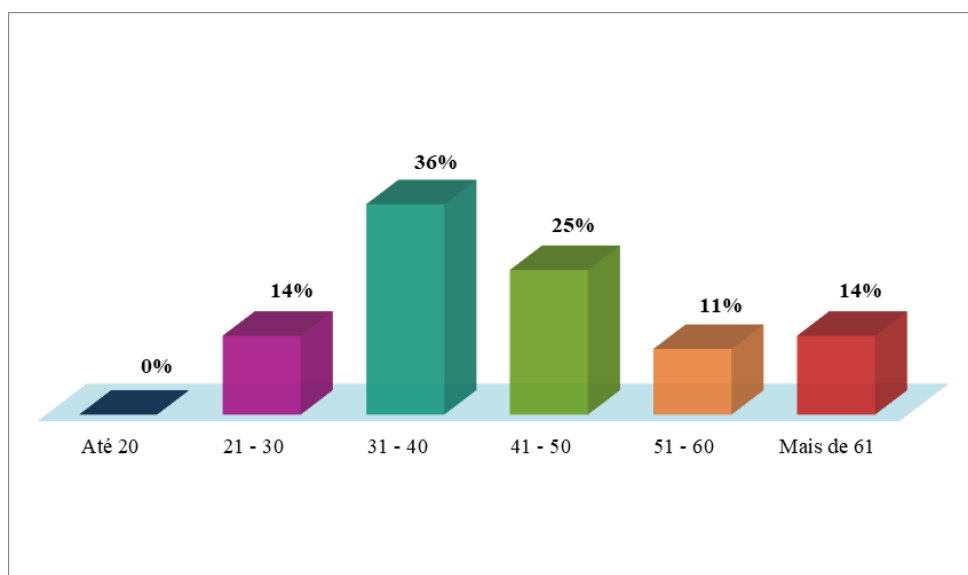
4.2. Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Marcelino Vieira/RN.

Ficou constatado que os empreendimentos de Marcelino Vieira são compostos por empreendedores jovens e adultos, ao fazer a mensuração dos dados verificou-se que o maior índice de empreendedores se enquadra na faixa etária entre 31 e 40 anos, apresentando um percentual correspondente a 36%. O segundo maior índice contabilizando 25% dos empreendedores, refere-se aos que se enquadram na faixa etária entre 41 e 50 anos, demonstrado no Gráfico 2 e Quadro 2.

Trazendo ao debate os índices contidos no relatório GEM (2018), quanto a idade dos empreendedores, a faixa etária dominante nos empreendimentos é entre 45 e 54 anos de idade, com percentual de 47,1%, estimando-se que 12 milhões de indivíduos empreendedores se enquadram nessa faixa. A segunda maior taxa é referente as pessoas com idade entre 34 e 44 anos, equivalente a 44,1%. Já os empreendedores com 25 a 34 anos representa 36,3% (GEM,2018).

Podemos concluir que no município em questão há uma intensidade maior de pessoas mais jovens no envolvimento com atividades empreendedoras quando comparado aos dados fornecidos pelo GEM.

Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 3 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária do município de Marcelino Vieira/RN.

Faixa Etária (Anos)	Quantidade	(%)
Até 20	0	0
21 – 30	6	14
31 – 40	16	36
41 – 50	11	25
51 – 60	5	11
Mais de 61	6	14
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

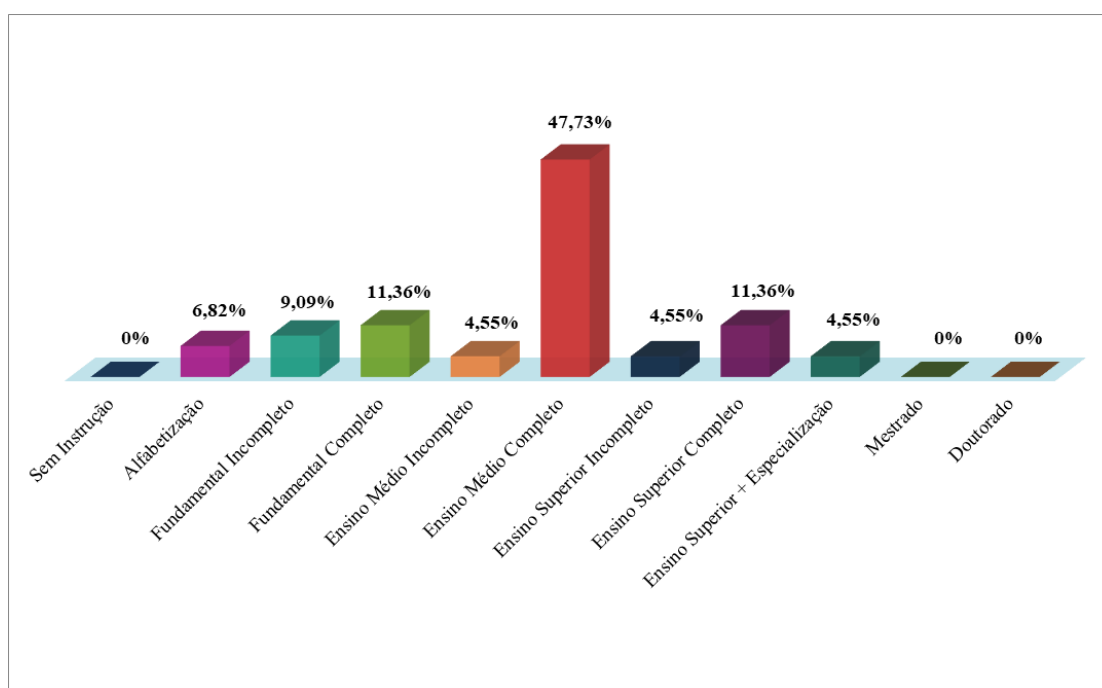
4.3. Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade do município de Marcelino Vieira/RN.

Depois de um estudo nos dados fornecidos pelo questionário, percebeu-se que no município de Marcelino Vieira – RN, todos os empreendedores entrevistados possuem algum nível de instrução escolar. Maior parte dos empreendedores possui ensino médio completo, cerca de 47,73%, já os empreendedores que possuem fundamental completo e superior completo correspondem ambos um percentual de 11,36%, como demonstrado no Gráfico 3 e Quadro 3.

Acerca da escolaridade predominante nos empreendimentos do Brasil, no qual as maiores taxas estão entre os empreendedores que possuem fundamental completo e fundamental incompleto, apresentado 44,3% e 42,1% respectivamente. O terceiro maior percentual se refere aos que concluíram o ensino médio (35,1%), já os empreendedores que possuem o superior completo ou mais, equivale a 31,6% (GEM,2018).

Ao fazer o comparativo entre a escolaridade predominante nos empreendimentos do Brasil, cujo a maior taxa segundo o GEM (2018) trata-se dos empreendedores que possuem fundamental completo (44,3%), fica evidente a preocupação dos empreendedores do município quanto ao grau de instrução, tendo em vista que 47,73% dos empreendedores possuem ensino médio completo.

Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 4 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade do município de Marcelino Vieira/RN.

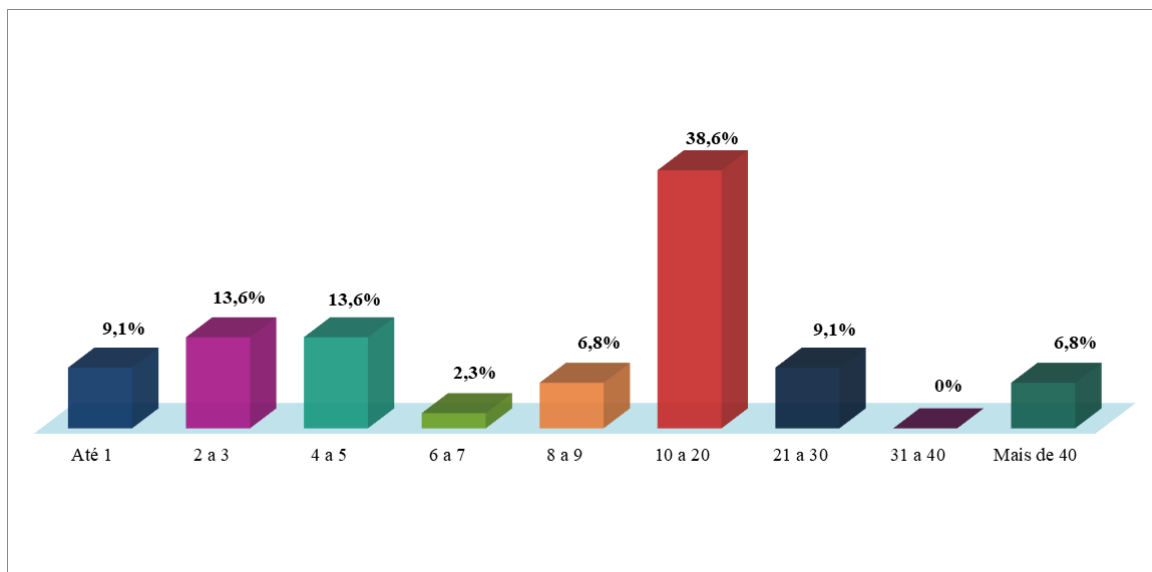
Escolaridade	Quantidade	(%)
Sem Instrução	0	0
Alfabetização	3	6,82
Fundamental Incompleto	4	9,09
Fundamental Completo	5	11,36
Ensino Médio Incompleto	2	4,55
Ensino Médio Completo	21	47,73
Ensino Superior Incompleto	2	4,55
Ensino Superior Completo	5	11,36
Ensino Superior + Especialização	2	4,55
Mestrado	0	0
Doutorado	0	0
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.4. Tempo de funcionamento dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

Com base nos empreendimentos estudados, foi visto que em sua maioria possui idade entre 10 a 20 anos correspondendo a um percentual de 38,6%, seguido pelas faixas etárias de 2 a 3 e 4 a 5 anos, ambas com 13,6%. Os empreendimentos com até um ano de funcionamento equivale a 9,1%, assim como os que se encontram entre 21 e 30 anos. Já os empreendimentos com 8 a 9 anos de funcionamento e os que atuam a mais de 40 anos no mercado correspondem um percentual de 6,8% para ambos, e por último os empreendimentos que estão atuando de 8 a 9 anos, representando 2,3% da amostra, como ilustrado no Gráfico 4 e Quadro 4.

Gráfico 4 - Tempo de funcionamento dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 5 - Tempo de funcionamento dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

Tempo de funcionamento (anos)	Quantidade	(%)
Até 1	4	9,1
2 a 3	6	13,6
4 a 5	6	13,6
6 a 7	1	2,3
8 a 9	3	6,8
10 a 20	17	38,6
21 a 30	4	9,1
31 a 40	0	0
Mais de 40	3	6,8
Total	44	100

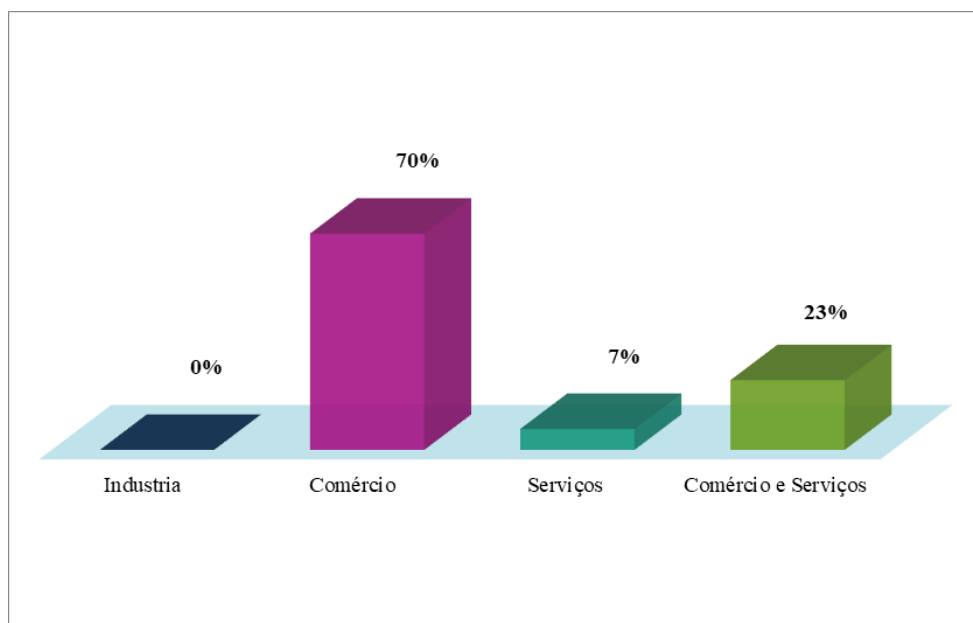
Fonte: Autoria Própria (2020).

4.5. Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividades no município de Marcelino Vieira/RN.

No município de Marcelino Vieira – RN o ramo de atividade predominante é o comercial, representando 70% de sua totalidade. O segundo maior percentual, correspondente

a 23% diz respeito aos empreendimentos cujo o setor é o de comércio e serviços, e por fim, o percentual restante de 7% representa os estabelecimentos que atuam na prestação de serviços. Ao realizar a pesquisa, não foi constatado empreendimentos do setor industrial, como evidenciado no Gráfico 5 e Quadro 5.

Gráfico 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividades no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 6 - Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividades no município de Marcelino Vieira/RN.

Ramo do negócio	Quantidade	(%)
Industria	0	0
Comércio	31	70
Serviços	3	7
Comércio e Serviços	10	23
Total	44	100

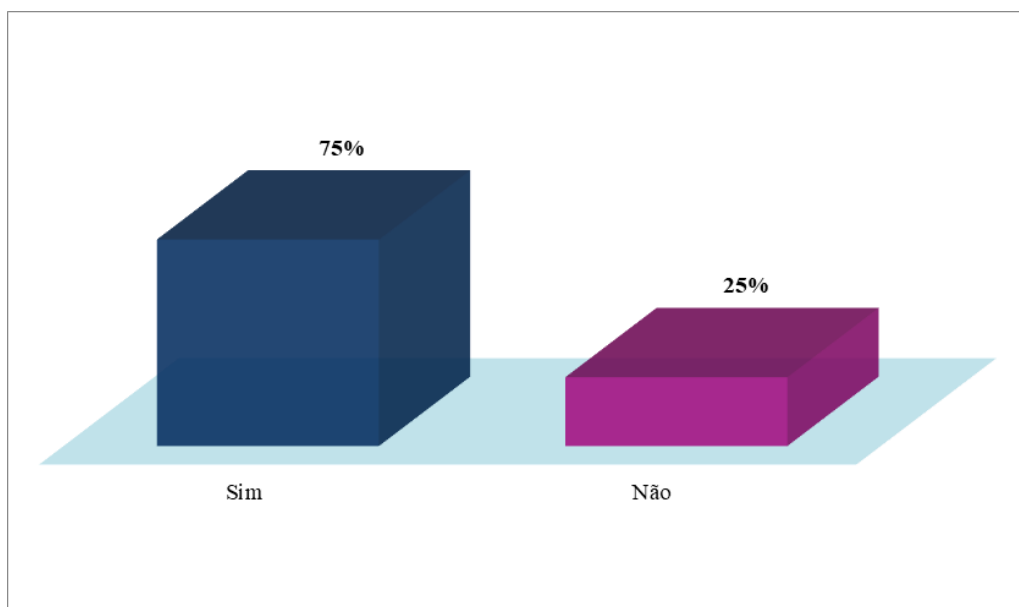
Fonte: Autoria Própria (2020).

4.6. Número de empreendimentos registrados no município de Marcelino Vieira/RN.

Com relação ao registro dos empreendimentos, constatou-se que 75% dos estabelecimentos entrevistados possuem registro junto a Receita Federal, em contrapartida 25%

não possuem registro. De acordo com o Gráfico 6 e Quadro 6, nota-se a preocupação dos empreendedores em registrar seus estabelecimentos, visto que a formalização desses negócios traz ao empreendedor mais segurança, tendo seus direitos e benefícios garantidos.

Gráfico 6 - Número de empreendimentos registrados no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 7 - Número de empreendimentos registrados no município de Marcelino Vieira/RN.

Possui registro	Quantidade	(%)
Sim	33	75
Não	11	25
Total	44	100

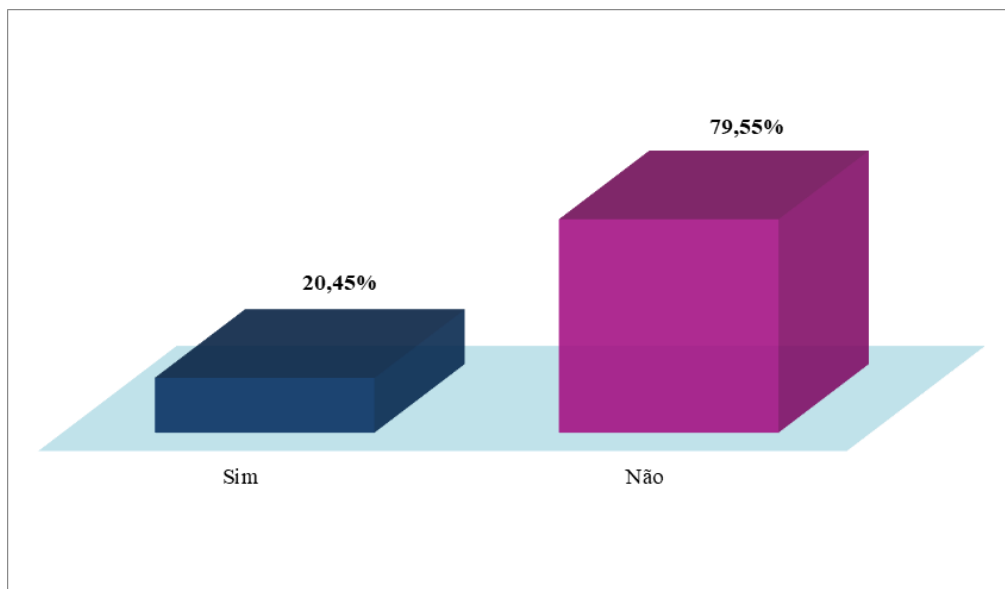
Fonte: Autoria Própria (2020).

4.7. Número de empreendimentos que possuem empréstimo público no município de Marcelino Vieira/RN.

Conforme observado no Gráfico 7 e Quadro 7, a maior parte dos empreendimentos do centro comercial do município não possuem empréstimos públicos, correspondendo a um percentual de 79,55%, enquanto 20,45% afirmaram já ter realizado empréstimos públicos.

Durante a entrevista *in loco*, foi percebido uma aversão por parte dos empreendedores que alegam não possuir empréstimos, quando questionados sobre a realização destes.

Gráfico 7 - Número de empreendimentos que possuem empréstimo público no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 8 - Número de empreendimentos que possuem empréstimo público no município de Marcelino Vieira/RN.

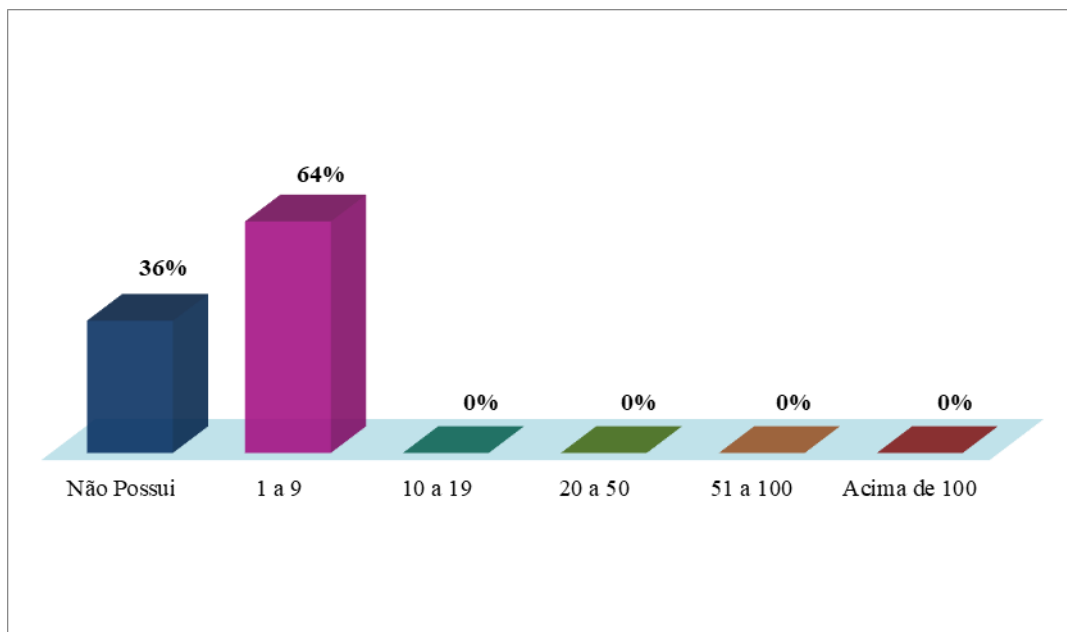
Possui empréstimos	Quantidade	(%)
Sim	9	20,45
Não	35	79,55
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.8. Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

De acordo com o Gráfico 8 e Quadro 8, verifica-se que os empreendimentos em sua maioria possuem de 1 a 9 funcionários, equivalente a 64%, contudo durante a pesquisa *in loco* foi observado que na maior parte dos estabelecimentos o número de funcionários não é superior a quatro, dado que os empreendimentos dispostos no município em questão não demandam de uma grande quantidade de mão-de-obra. Já os 36% restante refere-se aos empreendimentos que não possuem funcionários, sendo estes gerido pelo próprio dono ou familiares.

Gráfico 8 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 9 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

Quantidade de funcionários	Quantidade	(%)
Não Possui	16	36
1 a 9	28	64
10 a 19	0	0
20 a 50	0	0
51 a 100	0	0
Acima de 100	0	0
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.9. Classificação dos empreendimentos segundo o porte das empresas no município de Marcelino Vieira/RN.

Sabendo que o porte das empresas se dá tanto pela capacidade econômica da empresa, quanto pela quantidade de funcionários que estes possuem, notou-se que no município de Marcelino Vieira – RN, 75% dos empreendimentos classificam-se como sendo

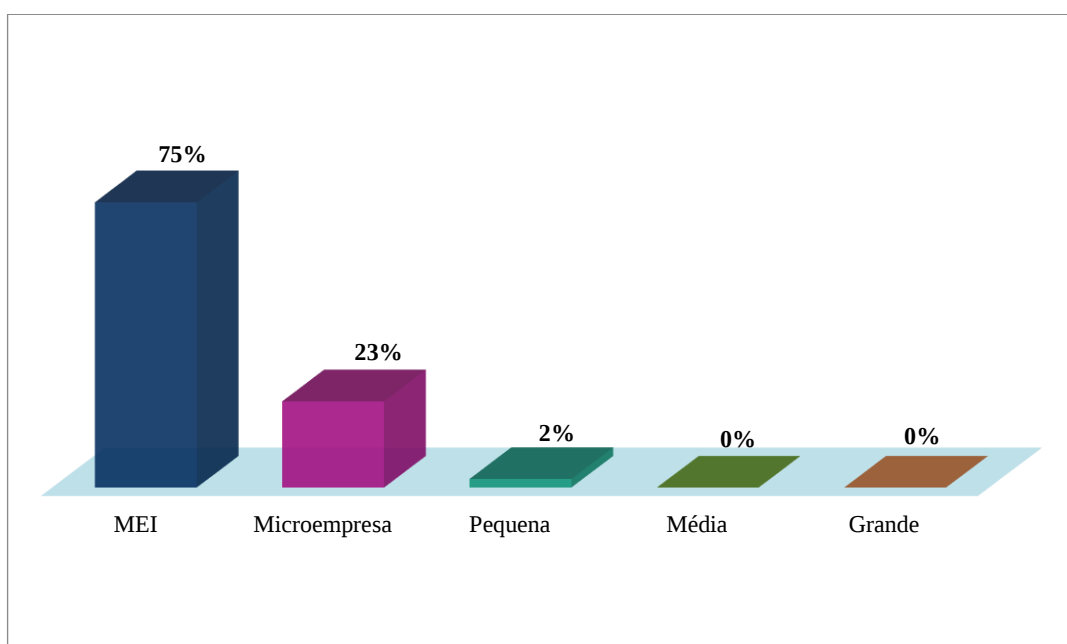
microempreendedor individual, ou seja, de acordo com o SEBRAE (2019) esses empreendimentos possuem faturamento anual igual ou inferior a R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) e dispõem de no máximo um funcionário.

Quanto as microempresas, estas correspondem a 23% dos estabelecimentos, conforme o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, os empreendimentos devem ter uma receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), ou de acordo com o SEBRAE (2019) o número de funcionários compreendidos para esse porte, se detém em nove.

Apenas 2% dos empreendimentos são enquadrados como empresa de pequeno porte, no qual segundo o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, o faturamento anual deverá ser superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) ou, ainda, em conformidade com a classificação adotada pelo SEBRAE (2019), dispuserem de 10 a 49 funcionários.

Feitas as devidas análises, observou-se que no município não foram encontrados empreendimentos de médio e grande porte, o que pode acarretar numa evolução econômica mais lenta, pois a receita que gira no município é baixa ao ponto de promover tal evolução. Todos os dados analisados acima podem ser verificados no Gráfico 9 e Quadro 9.

Gráfico 9 - Classificação dos empreendimentos segundo o porte das empresas no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 10 - Classificação dos empreendimentos segundo o porte das empresas no município de Marcelino Vieira/RN.

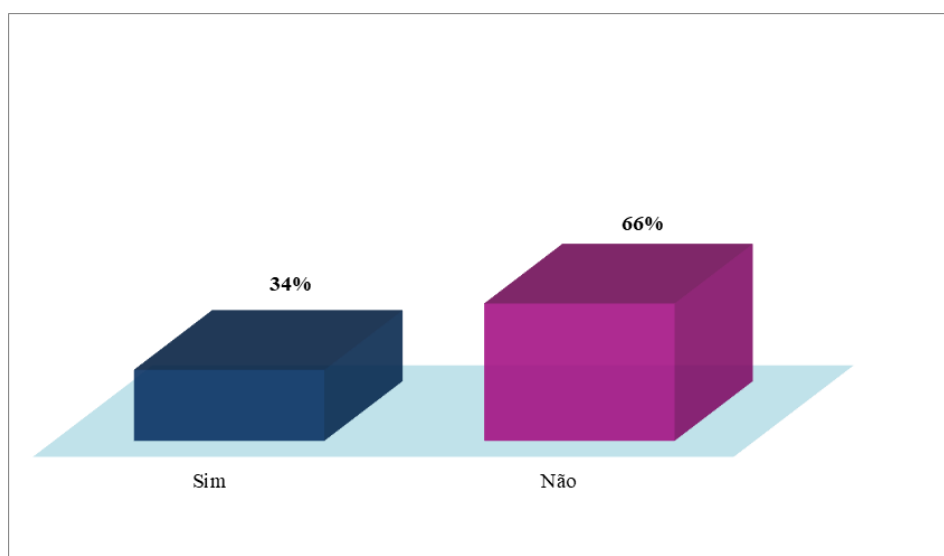
Porte da empresa	Quantidade	(%)
Individual	33	75
Microempresa	10	23
Pequena	1	2
Média	0	0
Grande	0	0
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.10. Número de empreendedores que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Marcelino Vieira/RN.

Embora seja de suma importância o uso da tecnologia na esfera empresarial, foi observado que no município de Marcelino Vieira – RN ainda há uma relutância por parte dos empreendedores quanto a sua utilização, visto que 66% dos empreendedores não fazem uso de nenhum tipo de tecnologia, recorrendo a métodos arcaicos. Apenas 34% dos empreendedores utilizam algum tipo de tecnologia em seus empreendimentos, como demonstrado no Gráfico 10 e Quadro 10.

Gráfico 10 - Número de empreendedores que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 11 - Número de empreendedores que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Marcelino Vieira/RN.

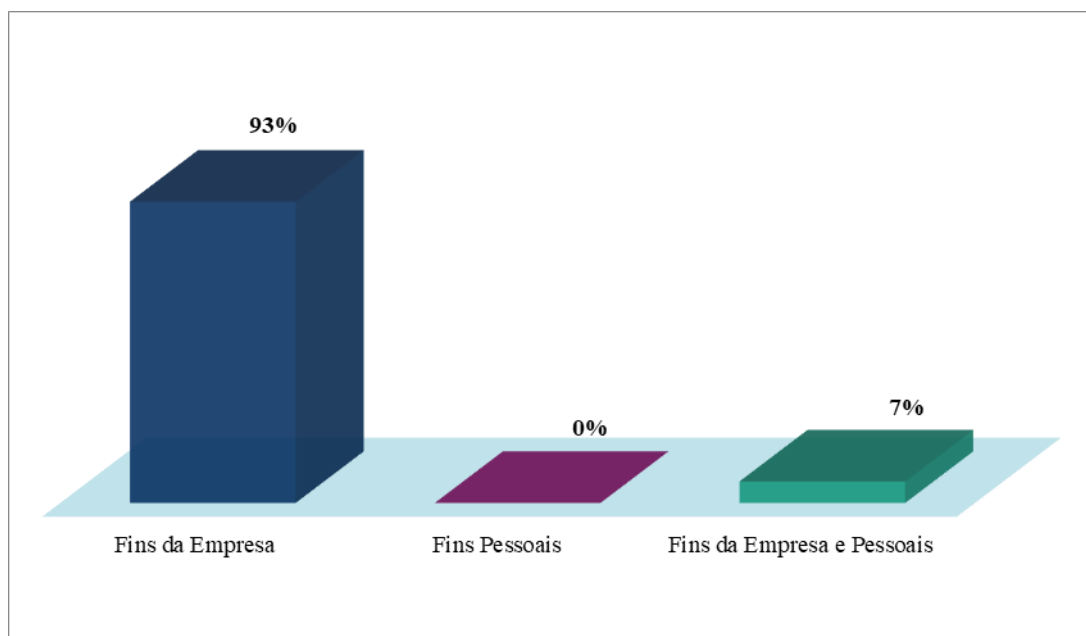
Utilizam tecnologia	Quantidade	(%)
Sim	15	34
Não	29	66
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.11. Fins do uso da tecnologia nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

Apesar do baixo percentual dos empreendedores que utilizam algum tipo de tecnologia, como apresentado no tópico anterior, os que fazem uso desta, na sua maioria utilizam exclusivamente para fins da empresa, o que representa um percentual de 93%. Já os 7% remanescente fazem uso tanto para fins da empresa quanto pessoais, como explícito no Gráfico 11 e Quadro 11.

Gráfico 11 - Fins do uso da tecnologia nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 12 - Fins do uso da tecnologia nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

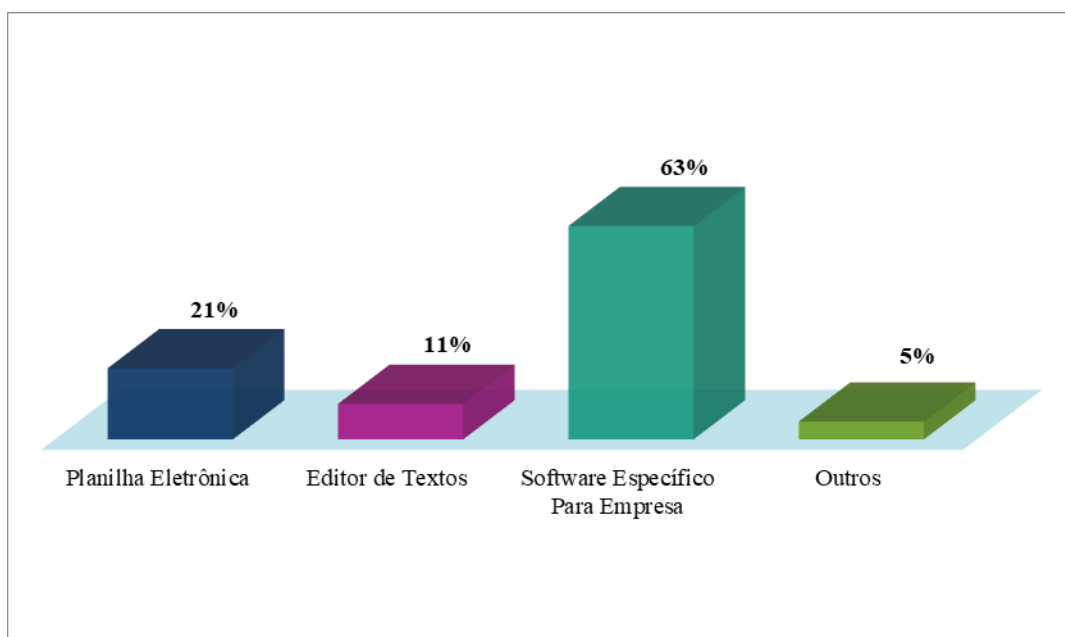
Fins do uso da tecnologia	Quantidade	(%)
Fins da Empresa	14	93
Fins Pessoais	0	0
Fins da Empresa e Pessoais	1	7
Total	15	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.12. Aplicativos utilizados pelos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

A utilização de ferramentas tecnológicas está cada vez mais frequente na esfera empresarial, pois estas otimizam consideravelmente variados processos. Nesta perspectiva observou-se por meio do Gráfico 12 e Quadro 12 que no município de Marcelino Vieira – RN 63% dos empreendedores optaram por utilizar softwares em seus empreendimentos, 21% optaram pelo uso de planilhas e 11% dos perfis analisados afirmaram fazer uso de editores de texto, os 5% restantes compreendem a parcela que utilizam outras ferramentas em seus estabelecimentos.

Gráfico 12 - Aplicativos utilizados nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 13 - Aplicativos utilizados nos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN.

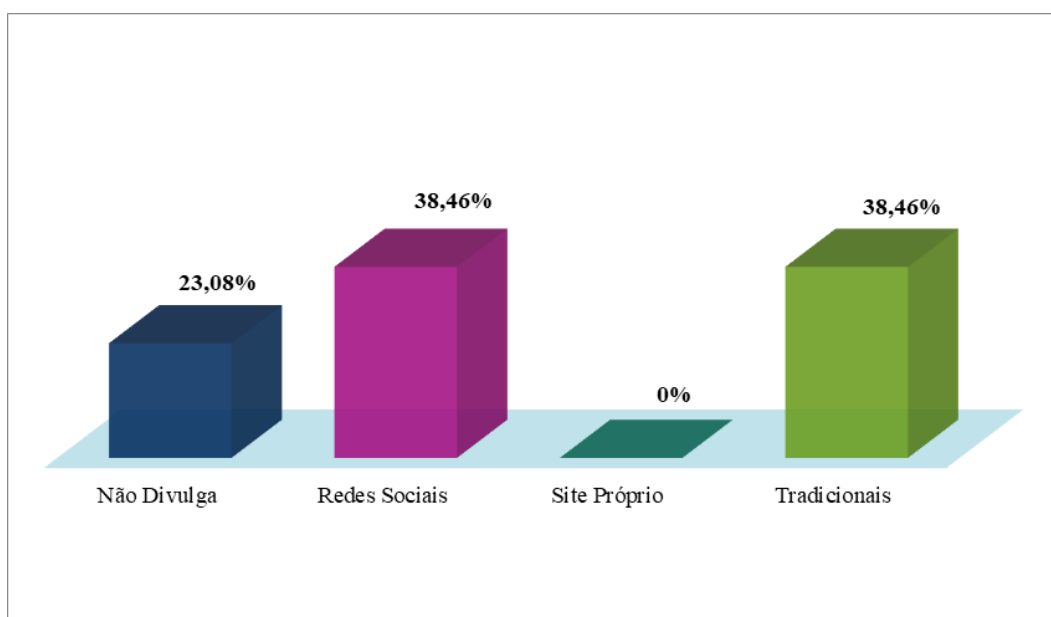
Aplicativos utilizados	Quantidade	(%)
Planilha Eletrônica	4	21
Editor de Textos	2	11
Software Específico Para Empresa	12	63
Outros	1	5
Total	19	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.13. Meios de divulgação utilizados pelos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

Quanto a divulgação dos empreendimentos, houve uma equivalência entre o percentual do uso de redes sociais e os meios tradicionais para divulgação dos estabelecimentos, como ilustrado no Gráfico 13 e Quadro 13, ambos com 38,46%. Já 23,08% não fazem uso de nenhum meio de divulgação, o que é considerado um percentual alto, uma vez que se trata de uma estratégia para se manter em competitividade no mercado, aumentando a visibilidade, e assim alcançando mais clientes.

Gráfico 13 - Meios de divulgação utilizados pelos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 14 - Meios de divulgação utilizados pelos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

Quanto a divulgação da empresa	Quantidade	(%)
Não Divulga	15	23,08
Redes Sociais	25	38,46
Site Próprio	0	0
Tradicionais	25	38,46
Total	65	100

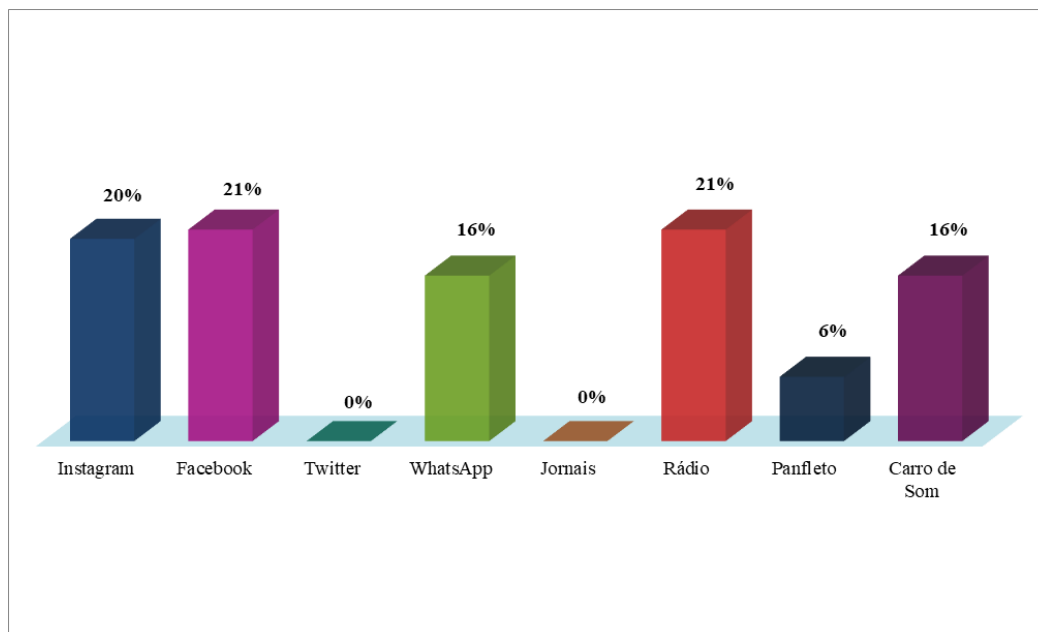
Fonte: Autoria Própria (2020).

4.14. Tipos de serviços de divulgação utilizados pelos empreendimentos no Município de Marcelino vieira/RN.

Com relação aos estabelecimentos que fazem uso de redes sociais como ferramenta de divulgação, foi obtido um percentual acumulado de 57% exposto no Gráfico 14 e Quadro 14, abrangendo tais plataformas: Instagram, Facebook e WhatsApp. Isso pode ser justificado devido ao fato de que esse meio de divulgação não necessita de nenhum investimento financeiro e pode ser realizado pelo próprio empreendedor.

Os meios de divulgação tradicionais utilizados (rádio, panfleto e carro de som) em Marcelino Vieira – RN, atuam como uma alternativa para alcançar públicos que não possuem acesso as plataformas digitais.

Gráfico 14 - Tipos de serviços de divulgação utilizados pelos empreendimentos no Município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 15 - Tipos de serviços de divulgação utilizados pelos empreendimentos no Município de Marcelino Vieira/RN.

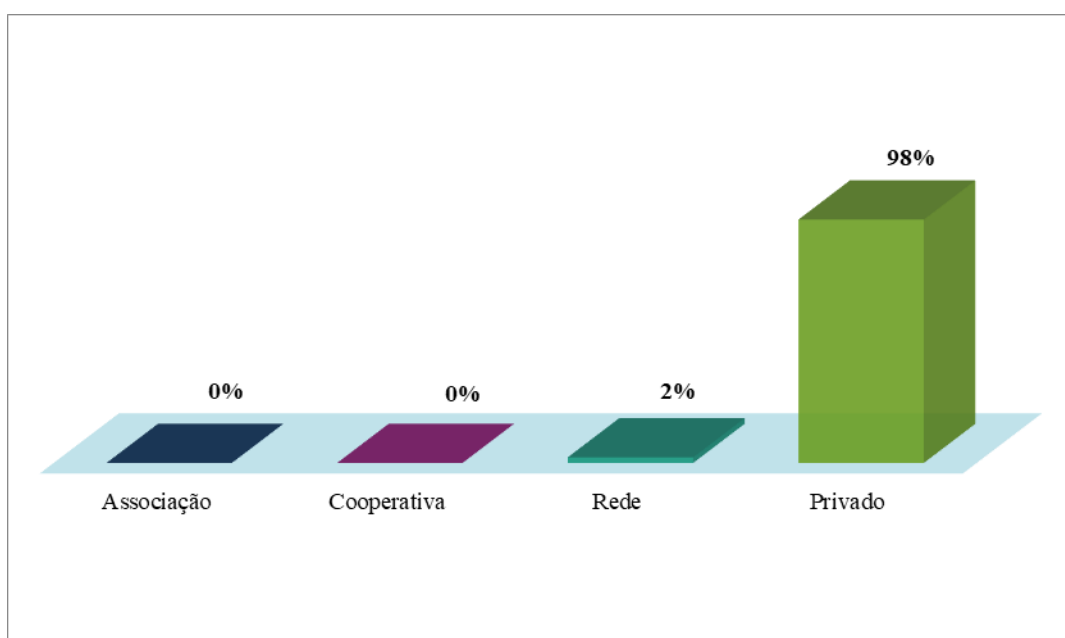
Ferramentas de divulgação	Quantidade	(%)
Instagram	22	20
Facebook	23	21
Twitter	0	0
WhatsApp	18	16
Jornais	0	0
Rádio	23	21
Panfleto	7	6
Carro de Som	18	16
Total	111	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.15. Caráter dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

Sabendo que os empreendimentos podem ser classificados quanto ao caráter, podendo ser associação, cooperativa, rede ou privada, e que de posse destas informações e dos dados obtidos por meio da pesquisa de campo como evidenciado no Gráfico 15 e Quadro 15, constatou-se que 98% dos empreendimentos são de ordem privada, ou seja, aqueles que todo lucro é revertido diretamente aos proprietários, já os 2% restante foram classificados como rede, este pertencente a um único supermercado, desta feita, não foi identificado cooperativas ou associações no município analisado.

Gráfico 15 - Caráter dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 16 - Caráter dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

Quanto ao caráter	Quantidade	(%)
Associação	0	0
Cooperativa	0	0
Rede	1	2
Privado	43	98
Total	44	100

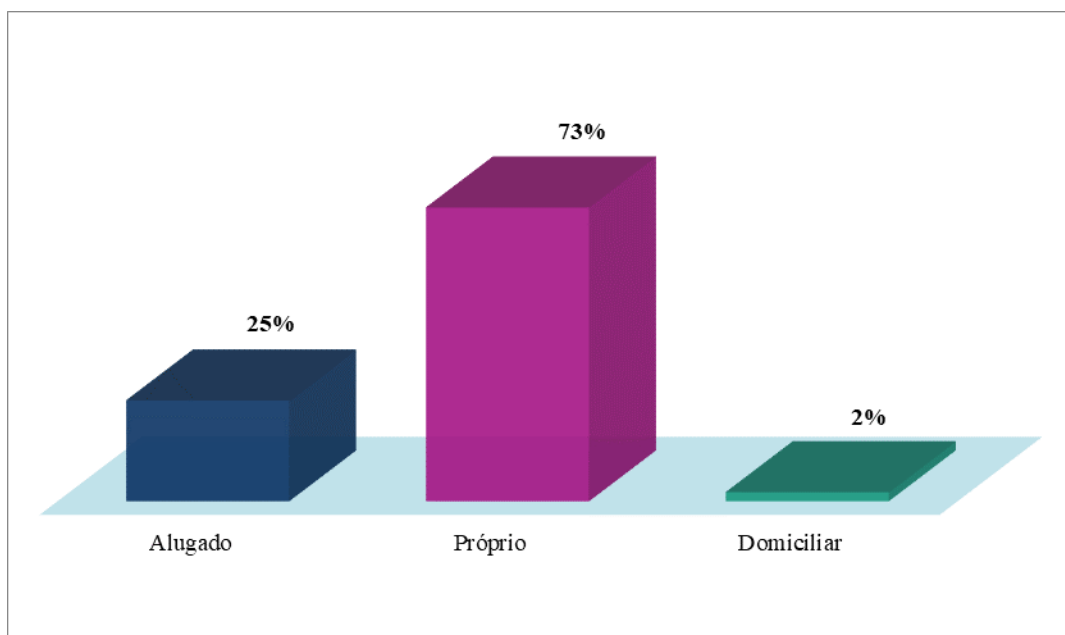
Fonte: Autoria Própria (2020).

4.16. Classificação quanto ao uso dos estabelecimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

De acordo com o Gráfico 16 e Quadro 16 grande parte dos estabelecimentos de Marcelino Vieira – RN são próprios, equivalendo a 73%, o que é tido como um fator positivo, visto que os empreendedores não dispõem de um custo fixo mensal para pagamento de aluguéis, consequentemente agregando um maior valor a sua renda mensal.

Apesar disso, 25% dos empreendedores ainda necessitam custear um local para fixar a sua atividade, já que não possuem outra alternativa. Os 2% restante corresponde a um empreendimento domiciliar.

Gráfico 16 - Classificação quanto ao uso dos estabelecimentos no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 17 - Classificação quanto ao uso dos estabelecimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

Quanto ao uso do estabelecimento	Quantidade	(%)
Alugado	11	25
Próprio	32	73
Domiciliar	1	2
Total	44	100

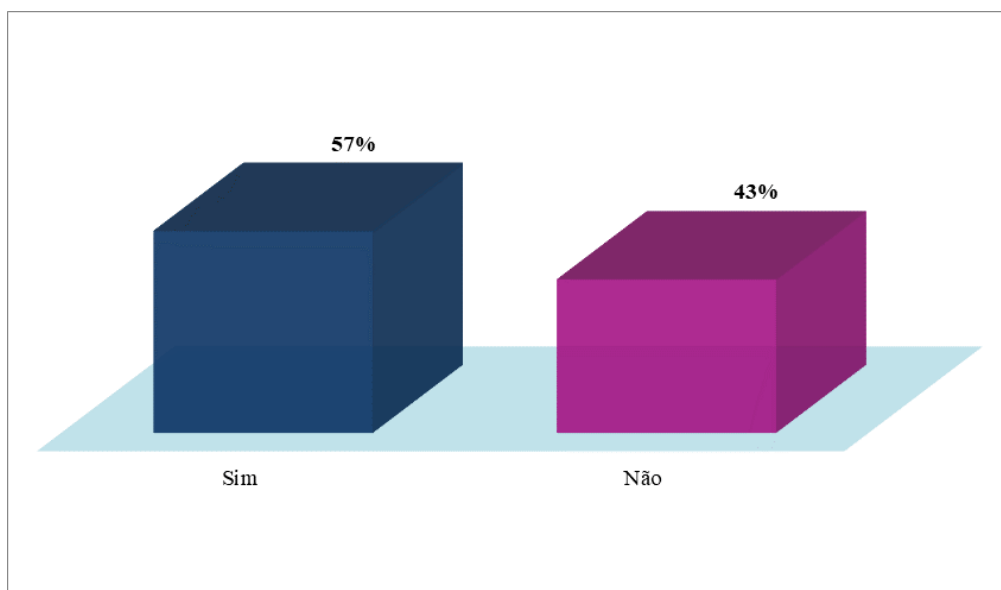
Fonte: Autoria Própria (2020).

4.17. Número de empreendimentos que pretendem realizar melhorias no município de Marcelino Vieira/RN.

O Gráfico 17 e Quadro 17 indica uma perspectiva de melhoria quanto aos empreendimentos no município de Marcelino Vieira, visto que 57% dos empreendedores demonstraram que pretendem realizar melhorias em seus negócios. Contraparte 43% disseram que não pretendem realizar nenhum tipo de melhoria.

Visto o alto percentual de empreendedores que não pretendem realizar melhorias, foi observado que 78,95% destes se tratam de empreendimentos que estão há mais de 10 anos no mercado. Já 21,05% estão com até 5 anos no mercado, e que apesar de serem considerados relativamente novos, quando comparado aos demais, não detém de uma ótica empreendedora.

Gráfico 17 - Número de empreendimentos que pretendem realizar melhorias no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 18 - Número de empreendimentos que pretendem realizar melhorias no município de Marcelino Vieira/RN.

Quanto a promover melhorias	Quantidade	(%)
Sim	25	57
Não	19	43
Total	44	100

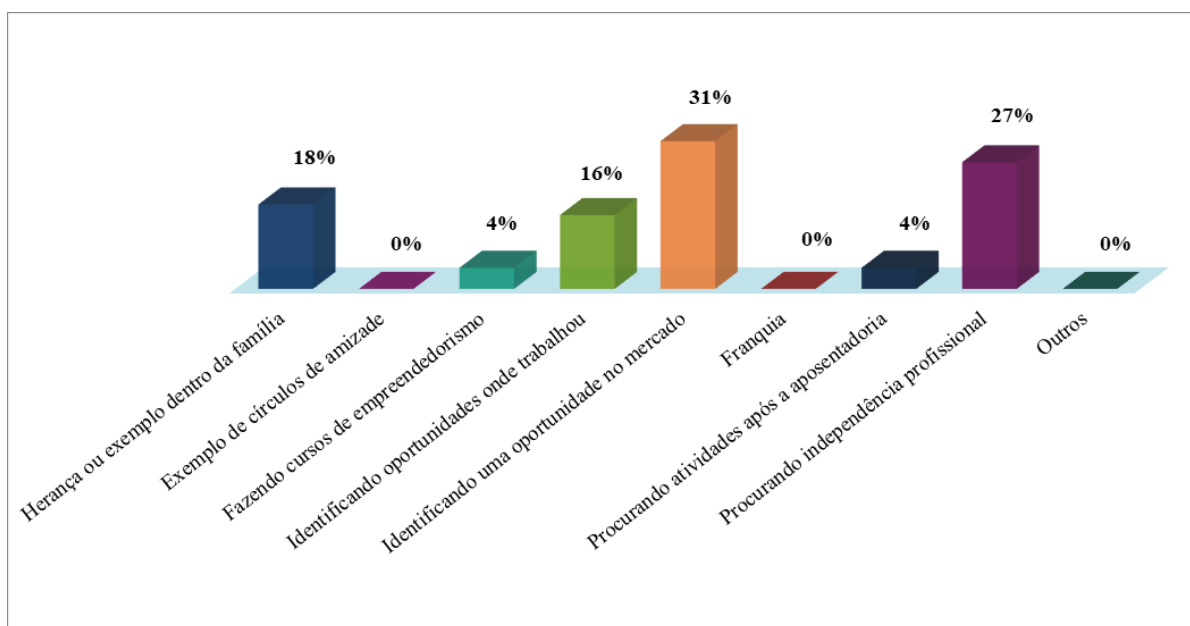
Fonte: Autoria Própria (2020).

4.18. Fatores que influenciaram a abertura dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

No estudo foram apresentados 8 fatores que poderiam ter motivado o empreendedor a montar a sua empresa, caso estes não fossem condizentes com a realidade citada pelo mesmo, este poderia optar pela alternativa “outros”, também exposta no questionário. Tais fatores e seus respectivos dados estão representados no Gráfico 18 e Quadro 18.

Dois desses fatores apresentaram uma maior relevância, sendo eles E e H, respectivamente com os percentuais de 31% e 27%. Levando em consideração que o fator identificando oportunidades onde trabalhou (E), apresentou maior percentual, mostrando que tal fato fez com que despertasse uma visão empreendedora nestes funcionários e estes por sua vez optassem por abrir seu próprio negócio, tais empreendedores segundo Dornelas (2007), são definidos como empreendedores que aprende.

Gráfico 18 - Fatores que influenciaram a abertura dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 19 - Fatores que influenciaram a abertura dos empreendimentos no município de Marcelino Vieira/RN.

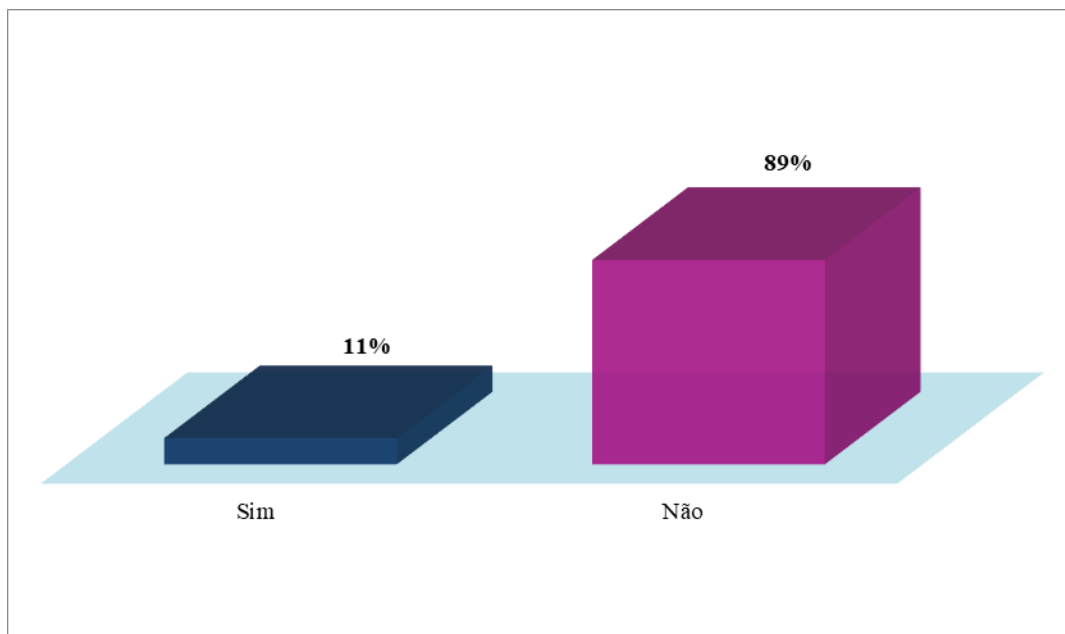
Fatores para abrir o empreendimento	Quantidade	(%)
Herança ou exemplo dentro da família	8	18
Exemplo de círculos de amizade	0	0
Fazendo cursos de empreendedorismo	2	4
Identificando oportunidades onde trabalhou	7	16
Identificando uma oportunidade no mercado	14	31
Franquia	0	0
Procurando atividades após a aposentadoria	2	4
Procurando independência profissional	12	27
Outros	0	0
Total	45	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.19. Número dos empreendedores que possuem outros negócios no município de Marcelino Vieira/RN.

Ao entrevistar os empreendedores do município de Marcelino Vieira – RN se os mesmos têm posse de outros negócios, 89% afirmaram não possuir. Do total de empreendimentos analisados, apenas 11% certifica ter posse de outro empreendimento, como mostra o Gráfico 19 e Quadro 19.

Gráfico 19 - Número dos empreendedores que possuem outros negócios no município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 20 - Número dos empreendedores que possuem outros negócios no município de Marcelino Vieira/RN.

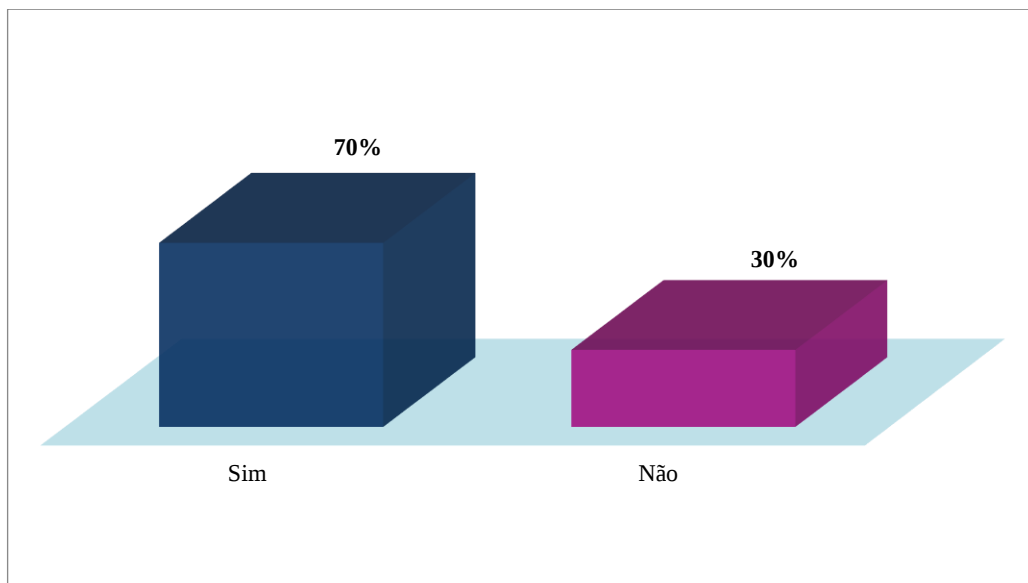
Posse de outro negócio	Quantidade	(%)
Sim	5	11
Não	39	89
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

4.20. Identificando se os empreendimentos são a única fonte de sustento familiar dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.

Mediante os dados obtidos e demonstrados no Gráfico 20 e Quadro 20, conclui-se que a grande maioria dos empreendedores utilizam seus empreendimentos como única fonte de sustento familiar, contabilizando um percentual de 70%, um dado preocupante visto que estes empreendedores e suas famílias dependem do sucesso deste empreendimento para a sobrevivência, e apenas 30% dos empreendedores em questão possuem outra fonte de renda, podendo ser proveniente de algum outro vínculo empregatício.

Gráfico 20 - Identificando se os empreendimentos são a única fonte de sustento familiar dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 21 - Identificando se os empreendimentos são a única fonte de sustento familiar dos empreendedores do município de Marcelino Vieira/RN.

Única fonte de sustento familiar	Quantidade	(%)
Sim	31	70
Não	13	30
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

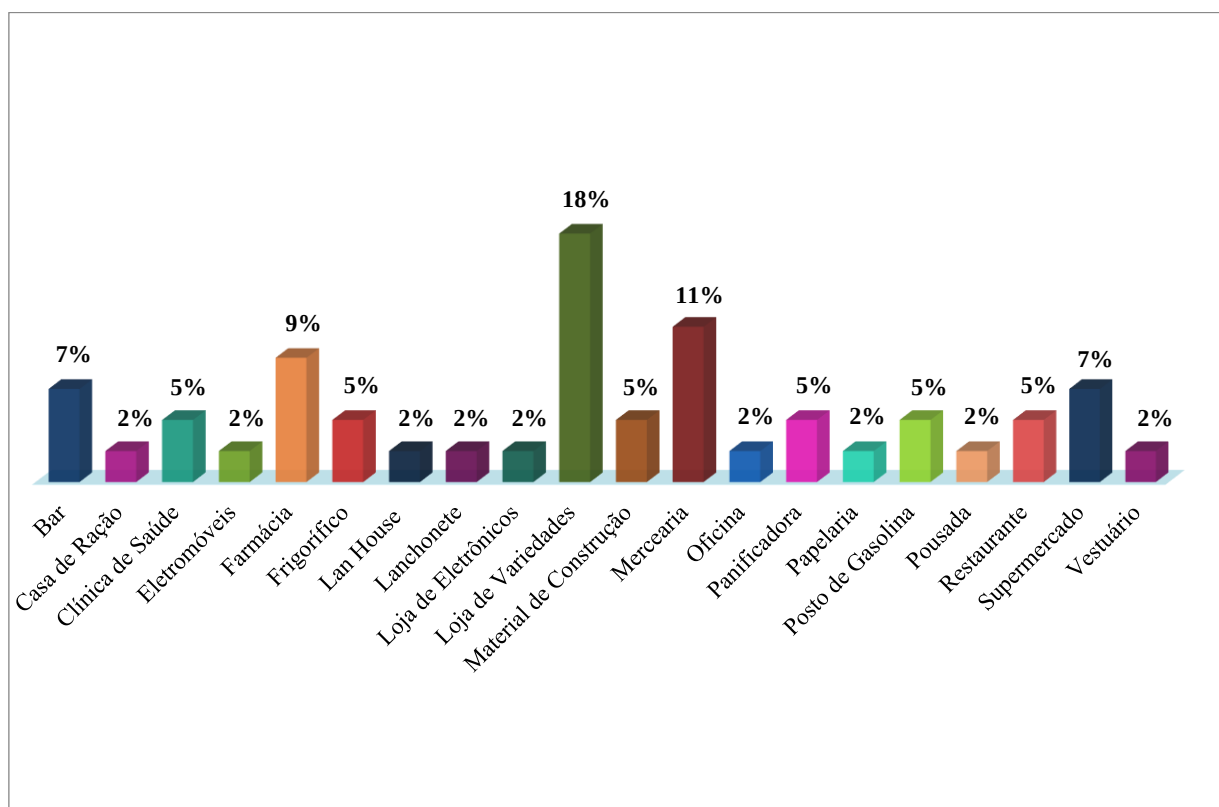
4.21. Distribuição dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN pelo tipo de negócio.

Sabendo que o comércio é composto por negócios dos mais variados segmentos, e com base nos dados obtidos na pesquisa feita *in loco* e demonstrado no Gráfico 21 e Quadro 21, observou-se uma predominância de empreendimentos classificados como Lojas de variedades e Merceria, apresentando um percentual na ordem de 18% e 11% respectivamente.

Com relação as lojas de variedades, tais dados podem advir do fato de que em municípios de pequeno porte torna-se mais viáveis empreendimentos que alcancem um público maior, impulsionados pela variedade de produtos ofertados. Quanto as mercearias, esses dados

se justificam devido o município não possuir viabilidade para a implantação de grandes supermercados. Além disso, as mercearias ainda utilizam fichas como modo de fidelizar os clientes, tendo em vista a pouca aceitação do uso de cartões como forma de pagamento nos empreendimentos do município, o que se trata se um fato negativo, considerando a probabilidade de inadimplência.

Gráfico 21 - Distribuição dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN pelo tipo de negócio.



Fonte: Autoria Própria (2020).

Quadro 22 - Distribuição dos empreendimentos do município de Marcelino Vieira/RN pelo tipo de negócio.

Tipos de Negócios	Quantidade	(%)
Bar	3	7
Casa de Ração	1	2
Clínica de Saúde	2	5
Eletromóveis	1	2
Farmácia	4	9
Frigorífico	2	5
Lan House	1	2
Lanchonete	1	2
Loja de Eletrônicos	1	2
Loja de Variedades	8	18
Material de Construção	2	5
Mercearia	5	11
Oficina	1	2
Panificadora	2	5
Papelaria	1	2
Posto de Gasolina	2	5
Pousada	1	2
Restaurante	2	5
Supermercado	3	7
Vestuário	1	2
Total	44	100

Fonte: Autoria Própria (2020).

Sendo assim, foram apresentadas as características dos empreendedores e empreendimentos da cidade de Marcelino Vieira/RN.

5. CONCLUSÃO

Com base nos resultados obtidos por meio da aplicação do questionário no centro comercial do município de Marcelino Vieira – RN, nota-se a grande variedade quanto aos tipos de empreendimentos em atividade, sendo estes geridos proporcionalmente por homens e mulheres, não havendo distinção de gênero. A maior parte dos empreendedores estão enquadrados na faixa etária entre 31 e 40 anos, e em sua maioria possuem ensino médio completo.

No que diz respeito às características dos empreendimentos, contactou-se que as empresas que estão entre 10 e 20 anos no mercado têm maior representatividade, atuando predominantemente no setor comercial, sendo em sua maioria de caráter privado e devidamente formalizadas. Além disto, notou-se que no município, os empreendimentos classificados como sendo microempreendedor individual, apresentam-se em maior quantidade, o que pode ocasionar numa evolução econômica mais demorada.

Apesar de 53% dos empreendedores indicarem uma perspectiva de melhoria quanto aos seus empreendimentos, foi percebido que dentre os 43% que afirmaram não ter intenção de realizar nenhum tipo de melhoria, grande parte se tratava de empreendimentos estabelecidos, atuando há mais de 10 anos, denotando uma postura acomodada frente ao mercado. Durante a entrevista *in loco*, maior parte dos empreendedores demonstraram aversão quanto a realização de empréstimos públicos, associando tal recurso ao endividamento.

Foi visto que 70% dos empreendedores só possui uma única fonte de renda, sendo esta proveniente do estabelecimento estudado, um dado preocupante, tendo em vista que esses empreendedores dependem exclusivamente do sucesso do empreendimento para a sobrevivência.

66% dos empreendedores não fazem uso de nenhum tipo de tecnologia em seus empreendimentos, estes ainda recorrem a métodos arcaicos, o que acaba dificultando as atividades do dia a dia da empresa, utilizando mais tempo e esforço do que o necessário para realizar tarefas que com o uso da tecnologia seriam otimizadas. Porém, a pequena parcela que utiliza tal recurso, faz uso principalmente para fins da empresa.

Desse modo, conclui-se que os resultados encontrados por meio da pesquisa possibilitaram analisar o perfil dos empreendedores de forma estruturada, assim como caracterizar seus empreendimentos. Espera-se que essa pesquisa venha contribuir com a sociedade, fornecendo subsídios a tomada de decisão, bem como servir de base para pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANVISA. **Porte de empresa**. 2019. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/porte-de-empresa>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

APPOLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Barreto, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197.

BIAGIO, Arnaldo Luiz. **Empreendedorismo: construindo seu projeto de vida**. São Paulo: Manole, 2012.

BRANSKI, Regina Meyer; FRANCO, Raul Arellano Caldeira; LIMA JUNIOR, Orlando Fontes. **Metodologia de estudo de casos aplicada à logística**. 2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/277598822_METODOLOGIA_DE_ESTUDO_DE_CASOS_APLICADA_A_LOGISTICA>. Acesso em: 22 out. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. Empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 2. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

DEGEN, Jean Ronald. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1989.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

EMPREENDEADOR, Portal do. **Como eu faço para abrir um Microempreendedor Individual - MEI?** 200?. Disponível em: <portaldoempreendedor.gov.br/duvidas-mais-sobre-o-mei/as-duvidas-mais-frequentes-sobre-o-microempreendedor-individual/2-como-eu-faco-para-abrir-um-microempreendedor-individual-mei>. Acesso em: 03 jan. 2020.

FURLAN, Bruna; MARINHO, Bruno. **Redes Sociais Corporativas**. 2013. Disponível em: <http://www.desenvolveti.com.br/docs/DesenvolveTI-EBookRedesSociaisCorporativas.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2020.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Alínea, 2007.

HISRIC, Robert; PETERS, Michael; SHEPHER, Dean. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IBGE. **Brasil/Rio Grande do Norte/Marcelino Vieira**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/marcelino-vieira/panorama>>. Acesso em: 27 out. 2019.

JUNQUEIRA, Fernanda Campos. **A utilização das redes sociais para o fortalecimento das organizações**. Associação Educacional Dom Bosco. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22020181.pdf. Acesso em: 05 jan. 2020.

MALHOTRA, Naresch K. ROCHA, I.; LAUDISIO, MC; ALTHEMAN, E.; BORGES, FM. **Introdução à pesquisa de marketing**. 2005.

SEBRAE. **Análise do CAGED**. 2019. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/2019-03-12-Relatorio-Sebrae-Caged.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2019.

SEBRAE. **Confira as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI**. 2019. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 03 nov. 2019.

Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Simples Nacional. **Perguntas e Respostas Simples Nacional**. 2019. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arquivos/manual/PerguntaoSN.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2019.

SOARES, Renato. **Pequenas e médias empresas**. 2019. Disponível em: <<https://natosoares.com/pequenas-e-medias-empresas/>>. Acesso em: 14 out. 2019.

VIEIRA, José Guilherme Silva. **Metodologia de pesquisa científica na prática**. Curitiba: Fael, 2010.

**ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS
EMPREENDEIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO
MUNICÍPIO DE MARCELINO VIEIRA – 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
- ☐ 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
 - ✓ (Quais? Instagram (), Facebook (), Twitter (), WhatsApp ())
- Site próprio
- Tradicionais
 - ✓ (quais? Jornais (), rádio (), panfletos () ou carro de som ())

CARÁTER:

- 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?
