



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

MANUEL FERNANDES VIEIRA NETO

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E ESTUDO DO PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DO MUNICÍPIO DE
MACAÍBA/RN**

ANGICOS

2019

MANUEL FERNANDES VIEIRA NETO

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E ESTUDO DO PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DO MUNICÍPIO DE
MACAÍBA/RN**

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

Orientadora: Profa. Dra. 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 tornar-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.

V657c Vieira Neto, Manuel Fernandes .
Caracterização Dos Empreendimentos E Estudo do
Perfil dos Empreendedores do Centro Comercial do
Município de Macaíba/RN / Manuel Fernandes Vieira
Neto. - 2019.
55 f. : il.

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

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedor. 3.
Macaíba/RN. 4. Economia. I. Cunha, Enai Taveira
da, 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.

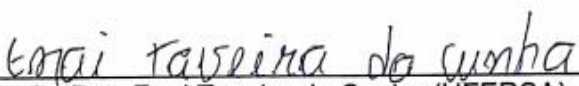
MANUEL FERNANDES VIEIRA NETO

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E ESTUDO DO PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DO MUNICÍPIO DE
MACAÍBA/RN**

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

Aprovada em 04/08/19

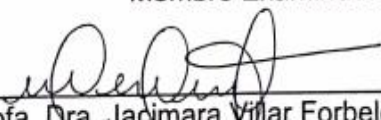
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Enai Taveira da Cunha (UFERSA)
Presidente



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



Profa. Dra. Jacimara Villar Forbeloni (UFERSA)
Membro Examinador

À Deus por me conceder a
graça de finalizar este curso.

AGRADECIMENTOS

À Deus, pela vida.

Aos meus pais pelo amor, dedicação e incentivo.

A minha irmã pelo carinho e por sempre estar ao meu lado nos momentos de dificuldades.

A minha orientadora, Prof. Dra. Enai Taveira da Cunha, pela disponibilidade, cobrança e incentivo na elaboração deste trabalho e aos demais membros da banca.

Aos meus amigos da faculdade e demais familiares, pela dedicação, incentivo, disponibilidade de me ajudar sempre que precisei. O meu muito obrigado!

“A derrota não deve ser uma fonte de desânimo ou desespero. É sinal de uma prática maior e esforços redobrados”.

Jigoro Kano

RESUMO

O empreendedorismo contribui constantemente para o crescimento econômico do país, pois é através dele que novas empresas são criadas e, juntamente com as que já existem, buscam inovar, criar e transformar conhecimento em novos produtos. É de fundamental importância a necessidade de investimentos para o desenvolvimento econômico de uma região. Assim, a obtenção de informações sobre o perfil dos empreendedores locais possibilita destinar recursos para o melhoramento e aprimoramento dos empreendimentos comerciais de produtos e serviços, que trará para o município, uma área comercial forte e sustentável. Partindo desse contexto, a presente pesquisa tem como objetivo realizar um levantamento de informações sobre os empreendedores e empreendimentos da cidade de Macaíba no estado do Rio Grande do Norte. Através de uma pesquisa de campo, foram visitados os estabelecimentos do centro comercial do município e aplicado questionários aos responsáveis pelo local no momento da entrevista. Esse questionário constava de perguntas objetivas e discursivas com o fim de descrever os perfis dos comerciantes e caracterizar os estabelecimentos em relação ao porte, ao setor, gênero dos responsáveis entre outros. Por fim, o trabalho apresenta os resultados das análises dos dados obtidos com as entrevistas, mostrando a realidade atual da atividade no município onde há um maior destaque no ramo do comércio utensílios em geral em que a maioria dos empreendedores possuem ensino médio completo e são de faixa etária considerada jovem para o ramo do empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. Macaíba/RN. Economia.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Mapa do Rio Grande do Norte, destacando o município de Macaíba	17
FIGURA 2: Estrutura Produtiva Básica da Economia do Rio Grande do Norte na economia Nacional – do Valor Adicionado Bruto - 2002/2012	21
FIGURA 3: Evolução do PIB do Rio Grande do Norte - R\$ Bilhões de 2010 - da Participação no PIB do Nordeste 1995-2010	21

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero	28
Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária	29
Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade.....	30
Gráfico 4 - Distribuição por idade dos empreendimentos.....	31
Gráfico 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo	32
Gráfico 6 - Distribuição de empreendimentos	33
Gráfico 7 - Distribuição de empreendimentos por registro junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN.....	34
Gráfico 8 - Distribuição de empreendimentos que possuem ou não empréstimo público.....	35
Gráfico 9 - Distribuição de empreendimentos por quantidade de funcionários	36
Gráfico 10 - Distribuição de empreendimentos por porte da empresa	37
Gráfico 11 - Classificação quanto ao uso de tecnologias.....	38
Gráfico 12 - Finalidade do uso da tecnologia nos empreendimentos.....	39
Gráfico 13 - Distribuição de empreendimentos usando aplicativos.....	39
Gráfico 14 - Como são divulgados os empreendimentos.....	40
Gráfico 15 - Classificação das empresas de acordo com seu caráter.....	41
Gráfico 16 - Distribuição de empreendimentos pela situação do imóvel: próprios ou alugados.....	42
Gráfico 17 - Distribuição dos empreendimentos que visam melhoria futura	42
Gráfico 18 - Como surgiu a ideia de montar a empresa.....	43
Gráfico 19 - Distribuição dos empreendedores que possuem outro tipo de negócio	44
Gráfico 20 - Única atividade de sustento familiar?	45
Gráfico 21 - Fatores que dificultam o sucesso dos empreendimentos	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero	28
Tabela 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária	29
Tabela 3 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade	30
Tabela 4 - Distribuição por idade dos empreendimentos	31
Tabela 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo	32
Tabela 6 - Distribuição de empreendimentos	33
Tabela 7 - Distribuição de empreendimentos por registro junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN	34
Tabela 8 - Distribuição de empreendimentos que possuem ou não empréstimo público	35
Tabela 9 - Distribuição de empreendimentos por quantidade de funcionários	36
Tabela 10 - Distribuição de empreendimentos por porte da empresa	37
Tabela 11 - Classificação quanto ao uso de tecnologias	38
Tabela 12 - Finalidade do uso da tecnologia nos empreendimentos	39
Tabela 13 - Distribuição de empreendimentos usando aplicativos	40
Tabela 14 - Como são divulgados os empreendimentos	40
Tabela 15 - Classificação das empresas de acordo com seu caráter	41
Tabela 16 - Distribuição de empreendimentos pela situação do imóvel: próprios ou alugados	42
Tabela 17 - Distribuição dos empreendimentos que visam melhoria futura	43
Tabela 18 - Como surgiu a ideia de montar a empresa	44
Tabela 19 - Distribuição dos empreendedores que possuem outro tipo de negócio ..	44
Tabela 20 - Única atividade de sustento familiar?	45
Tabela 21 - Fatores que dificultam o sucesso dos empreendimentos	46

LISTA DE SIGLAS

CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
FIERN	Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Norte
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JUCERN	Junta Comercial do Estado do RN
KM	Quilômetro
PIB	Produto Interno Bruto
RN	Rio Grande do Norte
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEx	Sociedade Brasileira para Exportação de Software
TEE	Taxas Específicas de Empreendedores Estabelecidos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1. Caracterização do município de macaíba	17
2.2. Empreendedorismo.....	18
2.2.1. O empreendedorismo no Brasil	19
2.2.2. Empreendedorismo no Rio Grande do Norte	20
2.2.3. O perfil do empreendedor.....	22
2.3. O empreendedor e o porte das empresas.....	23
2.4. O empreendedorismo e a tecnologia.....	24
2.5 Faixa etária e gênero do empreendedor brasileiro	25
3. METODOLOGIA	27
3.1. Delimitação da área de estudo.....	27
3.2. Caracterização da área de estudo	27
3.3. Resultados e discussões.....	28
3.3.1. Distribuição dos empreendedores por gênero	28
3.3.2. Distribuição dos empreendedores por faixa etária	29
3.3.3. Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade	30
3.3.4. Distribuição por idade dos empreendimentos	31
3.3.5. Distribuição de empreendimentos por ramo	32
3.3.6. Distribuição de empreendimentos.....	33
3.3.7. Distribuição de empreendimentos por registro junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN	33
3.3.8. Distribuição de empreendimentos que possuem ou não empréstimo público	34
3.3.9. Distribuição de empreendimentos por quantidade de funcionários	35
3.3.10. Distribuição de empreendimentos por porte da empresa	36
3.3.12. Finalidade do uso da tecnologia nos empreendimentos.....	38
3.3.13. Distribuição de empreendimentos usando aplicativos.....	39
3.3.14. Como são divulgados os empreendimentos	40
3.3.15. Classificação das empresas de acordo com seu caráter.	41
3.3.16. Distribuição de empreendimentos pela situação do imóvel: próprios ou alugados.....	41

3.3.17. Distribuição dos empreendimentos que visam melhoria futura	42
3.3.18. Como surgiu a ideia de montar a empresa	43
3.3.19. Distribuição dos empreendedores que possuem outro tipo de negócio	44
3.3.20. Única atividade de sustento familiar?	45
3.3.21. Fatores que dificultam o sucesso dos empreendimentos.....	45
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS	49
ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS EMPREENDIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE MACAIBA – RN	52

1. INTRODUÇÃO

Empreender não pode ser considerado algo que seja fácil e que qualquer pessoa pode fazer, pois para ser empreendedor, o indivíduo tem que resolver problemas ou situações complicadas, com intuito de identificar oportunidades em momentos não favoráveis, transformá-las em um negócio lucrativo e assim obter o sucesso que almeja.

O empreendedorismo contribui constantemente para o crescimento econômico, pois é através dele que podem surgir novas empresas buscando a inovação e procurando transformar ideias em novos produtos.

Atualmente, é possível observar que o empreendedorismo vem tomando grandes proporções e vem ganhando a devida importância, mas ainda existe escassez de dados sobre os novos empreendimentos em determinadas regiões, o que dificulta novos investimentos, por falta de não saber quanto ao comportamento do comércio, quais setores já estão desenvolvidos, qual área de negócio teria mais êxito naquela localidade e quais as demandas de investimento a região têm.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2016), para ser empreendedor não há necessidade de ser empresário ou estar à frente dos negócios. Tem a ver com visão, conhecimento e ter atitude para desenvolver a ideia.

Para se ter sucesso o novo empreendedor deve apresentar três características principais: visão estratégica, liderança e capacitação. Ao ter a aplicação das mesmas tende-se a ser um empreendedor de competência, visando sempre a inovação e evolução dentro do mercado. Novas ideias e empreender se faz importante em um país onde existem cerca de 8,9 milhões de micro e pequenas empresas, movimentando cerca de 27% do PIB brasileiro (SEBRAE, 2014).

Em um cenário nacional onde existe uma grande comunidade empreendedora, tem-se uma motivação para buscar novas soluções, onde iniciar um negócio se faz como uma ótima possibilidade para ganhar dinheiro. E quanto mais conhecimento sobre a área maior a chance de se tornar um empreendedor de sucesso, possibilitando inovar e lançar algo que pode acarretar, conseqüentemente, em um produto que saia do padrão. A realidade atual mostra que os empreendedores começam seus negócios com dificuldades e sem conhecimento das necessidades do mercado local. Em consequência disso existe a ausência de

um planejamento inicial necessário para transformar o negócio em algo lucrativo, devido, a grande competitividade do mercado.

Uma simples estimativa diferencia lucro e renda bruta, até mesmo por não ter uma básica noção sobre capital de giro na sua empresa, pode levar a mesma a ruína. Levando em consideração esses aspectos, essa monografia irá contribuir para melhoria do problema da falta de informação sobre os negócios do município de Macaíba no estado do Rio Grande do Norte, RN, já que o problema se refere primordialmente a falta de informação sobre os negócios desse município.

Esta pesquisa faz parte de um projeto de pesquisa coordenado pelo professor Dr. Maristélio da Cruz Costa, intitulado como: mapeamento dos empreendimentos e perfil dos empreendedores dos municípios do estado do Rio Grande do Norte.

O presente trabalho tem como objetivo geral, realizar um levantamento sobre empreendedores locais da cidade de Macaíba/RN, tendo como base o contexto central do cenário econômico estadual bem como contextualização do mesmo. Com isso, a partir de tal objetivo, para melhor obtenção de resultados o presente trabalho terá como objetivos específicos: identificar as áreas de atuação comercial e de serviços para o município de Macaíba/RN e região, averiguar o nível de comprometimento financeiro através de empréstimos a bancos oficiais ou não oficiais dos estabelecimentos comerciais e de serviços de Macaíba/RN, Identificar as necessidades presentes na economia, e estudar o gênero e a faixa etária dos empreendedores da cidade.

O estado do Rio Grande do Norte possui um grande potencial de empreendimentos e essa monografia visa abrir portas para essa área de negócio em um futuro próximo, mostrando como se comporta a economia local e quais as suas tendências. De uma forma objetiva os estudos relacionados a essa pesquisa, devem detectar as oportunidades e necessidades que o município de Macaíba/RN possui, tendo em vista o possível interesse de futuros empreendedores nesta região.

A análise referente a essa pesquisa buscará melhorar o nível de informações para o empreendedor tendo em vista a tomada de decisões mais precisas. Com isso, maior será a chance de êxito, tendo o mesmo a capacidade de desenvolver seu negócio, melhorar o atendimento ao cliente e por seguinte criar novas formas de empreender de forma inteligente, direcionando o cliente a produtos e serviços de forma mais específica. Isso poderá acarretar no sucesso do empreendimento local

trazendo benefícios não só para o empreendedor, mas para o comércio estudado, resultando no desenvolvimento do município de Macaíba/RN.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Caracterização do município de macaíba

O nome Macaíba provém de uma espécie de palmeira, árvore não comum à região, existente na residência de Fabrício Gomes Pedroza, um dos primeiros povoadores do território. Nas últimas décadas do século XVIII, o núcleo demográfico existente era conhecido como Povoação do Coité, terra de plantio, sítios e fazendas.

A Lei n.º 605, de 1 de março de 1868, criando um Juizado de Paz, designado, porém, como 'povoação de Macaíba'. O município foi criado em 27 de outubro de 1877.

Figura 1: Mapa do Rio Grande do Norte, destacando o município de Macaíba.



Fonte: (mfrural.com.br, 2012)

O município se estende por 510,771 km² e em sua última estimativa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE para 2018, o total de habitantes seria de 79.733, sendo que no último censo realizado no ano de 2010, o número de habitantes era de 69.467. A densidade demográfica é de 136 habitantes por km² no território do município. Vizinho dos municípios de São Gonçalo do Amarante, Parnamirim e Vera Cruz, Macaíba se situa a 8 km a Sul-Oeste de São Gonçalo do Amarante e está localizada aos arredores da grande Natal, sendo considerada uma de suas cidades satélites (IBGE, 2018).

No último estudo realizado em 2016, o salário médio mensal no município de Macaíba/RN era de 1.8 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas era de

13.6%. Comparando com os outros municípios do estado, ocupava as posições 30º de 167º e 27º de 167º, respectivamente.

O PIB per capita do município é de R\$ 16.898,44 tendo um total de receitas realizadas num total de 180.037,99 ($\times 10^3$) e despesas empenhadas num total de 154.920,25 ($\times 10^3$). A principal atividade econômica do município de Macaíba, é o comercio de produtos o que é facilitado pela própria cidade está localizada numa região de grande nível populacional (IBGE, 2016).

2.2. Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser conceituado como o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas junto a criatividade para o surgimento de um projeto técnico, científico e empresarial (LEITE, 2000).

Um empreendedor de sucesso possui algumas qualidades e características que o diferenciara no mercado. O mesmo deve ser criativo, inteligente, ser capaz de se sobressair de qualquer situação e assim demonstrar sempre a segurança referente à assuntos pertinentes de seu empreendimento (MORAES, 2017).

O empreendedorismo é essencial para a geração de riquezas dentro de um país promovendo o crescimento econômico e melhorando as condições de vida da população. É também um fator importantíssimo na geração de empregos e renda, pois nos dias atuais e neste mundo globalizado, os negócios estão cada vez mais competitivos, sendo que para se manter nessa competição, as empresas utilizam a cada dia mais o empreendedorismo como estratégia de negócio.

O empreendedorismo busca as oportunidades e a satisfação dos clientes de forma criativa e inovadora. Mas o empreendedor não se caracteriza somente por inovações e criação de conceitos, ele pode, ainda, unir talento, ideias e conhecimento.

De acordo com Bernardi (2003), a ideia de empreendedorismo "*surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo*". A criação de valor por pessoas e organizações reforça a ideia de como é o empreendedorismo, onde as mesmas trabalham juntas para implementar ideias criativas capazes de torna-las reais mesmo sabendo que o risco do insucesso estará sempre presente (LEITE, 2000).

Para estes autores o empreendedor deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades. As atitudes tomadas por eles devem focar as pessoas e não somente as empresas, tais atitudes, ainda, são fundamentais para o sucesso ou o fracasso da empresa.

A maioria dos autores que tratam do estudo e conceito de empreendedor e empreendedorismo tais como Dornelas (2005), Dolabela (1999), afirmam que todos os empreendedores devem possuir as mesmas características citadas anteriormente onde a coragem de enfrentar as dificuldades e os riscos se faz fundamental no dia-dia e que mesmo estando produzindo novidades, cada empreendedor possui um perfil que o diferenciarão dos demais no mercado, sejam eles nos produtos, nos preços ou qualquer que seja a característica.

2.2.1. O empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo teve sua alta no Brasil na década de 90 com a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, onde se apresentou conhecimentos administrativos e informações técnicas sobre o mercado, trazendo assim criação de conceitos e inovações para os empreendedores em território nacional. Micro e grandes empresas tiveram que se modernizar para poder competir e voltar a crescer. Algumas empresas brasileiras surgiram com intuito de ajudar os pequenos empreendimentos disponibilizando suporte e consultorias para auxiliar os empreendedores em caso de dúvidas e curiosidades e problemas que surgissem. Essas empresas ainda estão em execução de suas atividades das quais podemos citar o SEBRAE e a SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de Software (DORNELAS, 2005).

Sendo um órgão bastante conhecido pelos pequenos empresários brasileiros, o SEBRAE oferece suporte para quem precisa de orientação para iniciar uma empresa e oferece ainda consultorias para solucionar problemas que possam surgir no negócio criado (Dornelas, 2001).

A cada ano que se passa o Brasil vive um grande movimento em prol do empreendedorismo e a tendência é desenvolver gradativamente de acordo com que os anos vão se passando. Para Schlindwein (2004), esse momento vem se fortalecendo a cada ano:

pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (SCHLINDWEIN, 2004. P.28).

Para o pequeno empreendedor as iniciativas aparecem numa variedade de modalidades e programas que buscam o desenvolvimento de práticas para aperfeiçoar e enfim, tornar o negócio rentável para se estabilizar no mercado como fornecedores de bens e serviços (OLIVEIRA, 1995).

Em meados do século XX na Europa, muitos empreendedores eram frequentemente confundidos com gerentes ou administradores, sendo diagnosticado a primeiro momento, de um ponto de vista econômico, com aqueles que organizam empresas, realizam pagamentos, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista. (DORNELAS, 2008).

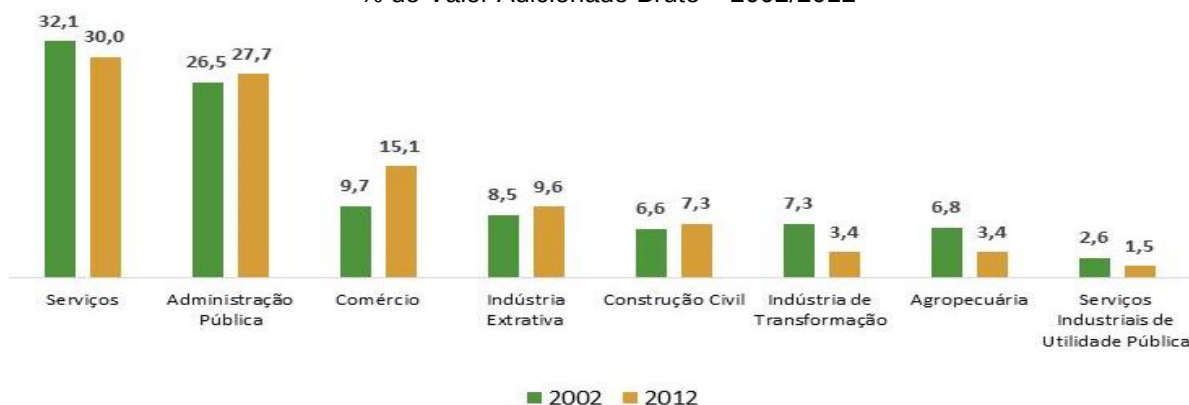
Sabemos que o empreendedorismo é de fundamental importância para o desenvolvimento do nosso país e que o espírito empreendedor está presente em nossa sociedade. É necessário que se continue as ações de entidades especializadas como o SEBRAE e que de forma planejada consiga transformar ideias em iniciativas empreendedoras.

2.2.2. Empreendedorismo no Rio Grande do Norte

Um dos nove estados do nordeste brasileiro o Rio Grande do Norte, possui segundo estimativas do IBGE (2018), uma população 3.479.010 milhões de habitantes e é o 10º em densidade demográfica (hab/km²) se comparado aos outros estados.

É dividido em 167 municípios que abrange uma área de 52.811,126 km², sendo o décimo sexto estado mais populoso do Brasil. O Rio Grande do Norte possui o melhor Índice de Desenvolvimento Humano e a maior renda per capita do Nordeste, além de possuir a melhor expectativa de vida. O Rio Grande do Norte tem nos setores de serviços, administração pública e comércio com sua maior participação na agregação de valores.

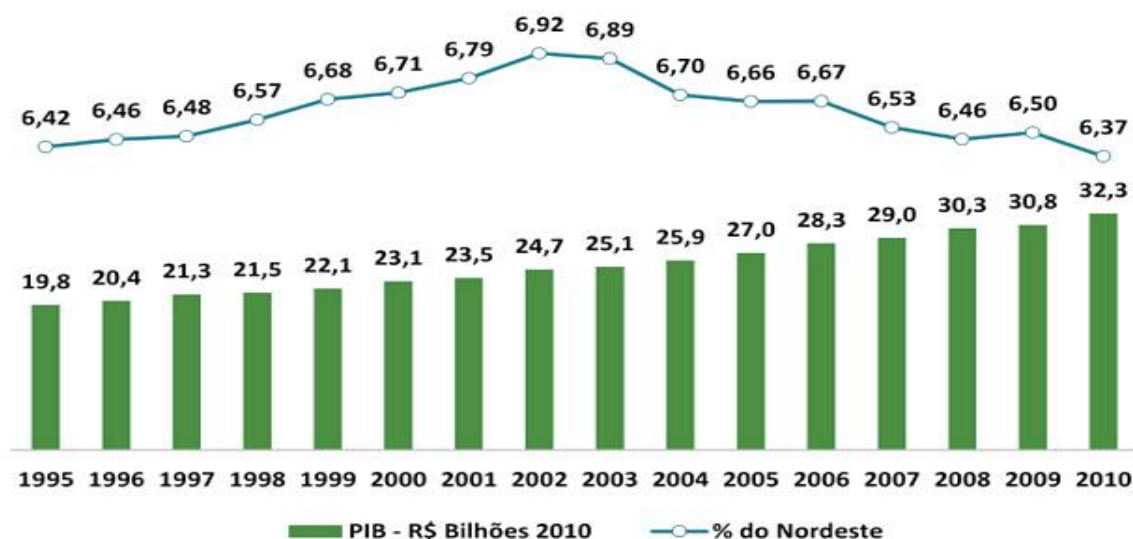
Figura 2: Estrutura Produtiva Básica da Economia do Rio Grande do Norte na economia Nacional – % do Valor Adicionado Bruto – 2002/2012



Fonte: (IBGE, 2012).

Os dados nos mostram que é no setor comércio e serviços, compreendidos por “serviços”, “administração pública” e “comércio” que o RN consegue alcançar 72,8% de toda sua produtividade básica. O segmento “Serviços” responde por 30% do total, seguido da “Administração pública”, com 27,7%, e pelo “Comércio”, com 15,1% (2012). Mostrando que esse setor é promissor por natureza.

Figura 3: Evolução do PIB do Rio Grande do Norte - R\$ Bilhões de 2010 - da Participação no PIB do Nordeste - % - 1995-2010.



Fonte: (IBGE, 2010).

Ao observar a figura 3, nota-se que mesmo no período compreendido entre 1995 e 2010, o produto interno bruto do Rio Grande do Norte teve crescimento real a uma taxa média de 3,31% ao ano, abaixo do crescimento médio do Nordeste, de 3,37% ao ano, mas à frente da taxa brasileira, que foi de 3,08% ao ano. De acordo

com a pesquisa o RN alcançou produto interno bruto (PIB) de R\$ 32,3 milhões de reais em 2010.

2.2.3. O perfil do empreendedor

Para Leite (2002), ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente e a capacidade para ver, perceber a mudança como uma oportunidade.

Os sete perfis apresentados a seguir mostram a natureza básica de muitos negócios, bem como as possibilidades de sucesso e ao fracasso de uma empresa.

De acordo com Tranjan (2010), os perfis dos empreendedores são os seguintes: O **empreendedor guerreiro** que é muito apreciado pela sociedade, conhecido como “pau pra toda obra”. O guerreiro se arma para competir e marcar seu território. Não se importa em passar por cima de valores e princípios para atingir seus objetivos, pois para ele o ambiente de trabalho não é lugar para filosofias e fantasias, para ele negócio é negócio. O tipo de empresa que ele constitui geralmente possui conflitos e crises diários e relacionamentos evasivos.

Já o **empreendedor jogador** acredita que o importante é vencer, pois não suporta perder. Esse tipo de empreendedor cobiça os melhores profissionais dos concorrentes e tenta atraí-los e se puder compra também a empresa rival.

Há o **empreendedor curioso** que é Diferente dos dois perfis anteriormente citados, ele não vê o mercado como um lugar ameaçador, mas sim como uma área a ser desbravada, porque sabe que ali mora a oportunidade e seu papel, como empreendedor, é localizá-la.

Podemos falar também do **empreendedor perito** que reconhece que possui competências úteis para o mercado à medida que estudou, pesquisou e preparou-se. Considera o mercado como um lugar que abriga necessidades e seu papel está em fazer a conexão entre elas e as suas próprias competências e é por isso que valoriza tanto o aprendizado e o conhecimento no ambiente de trabalho.

Outro tipo de empreendedor que existe é o **empreendedor artista** onde para ele o mercado é uma tela em branco, tudo está para ser feito, sendo o trabalho uma forma de expressar a arte e, portanto, uma forma também de auto expressão. Na

sua concepção o cliente e alguém que precisa ser encantado todos os dias, onde o mercado funciona como uma fonte de inspiração para o mesmo utilizar a imaginação e assim visualizar as oportunidades.

O **empreendedor solidário** acredita que o mercado é o local ideal para prestar ajuda e serviços de solidariedade. Procura ganhar dinheiro enquanto faz o bem, colocando a ética e a integridade acima de tudo, reconhecendo a importância do lucro, mas não se esquecendo dos valores. Forma uma equipe comprometida com valores essenciais do trabalho e da vida e tem uma relação de transparência e fidelidade com os clientes, fornecedores e investidores.

E por fim o **empreendedor cultivador** onde o mesmo compreende que faz parte de uma obra maior e acredita que só está no mundo para fazer alguma diferença, sendo sua motivação primeiro plantar para depois colher. Para o cultivador, empreendimentos, negócios e trabalho foram feitos para unir os seres humanos em prol de um mundo melhor. Jamais coloca o lucro antes das questões humanitárias, possuindo ampla consciência do que seja um negócio e da importância desse negócio diante dos interesses coletivos.

Empresas que possuem empreendedores com o perfil de guerreiro ou jogador geralmente sofrem com problemas que provêm da falta de confiança entre os funcionários e baixo nível de compromisso, motivação e desempenho. Já as que possuem empreendedores curiosos, peritos e artistas valorizam a curiosidade, a criatividade e o conhecimento, espalhando por suas empresas o compromisso com suas ações e a confiança entre os funcionários.

Assim, os empreendedores que apresentam o perfil solidário e o perfil cultivador são empreendedores especiais que entendem que o seu papel de empreender está diretamente ligado ao de somar novas ideias as já existentes na sociedade.

2.3. O empreendedor e o porte das empresas

De acordo com o SEBRAE (2007), as empresas são divididas em um porte industrial, comercial ou de serviço. Esse porte é classificado como microempresa, pequena empresa, média empresa e grande empresa. No ramo industrial, podemos deduzir o porte de acordo com a quantidade de funcionários, já a o ramo de serviço ou de comércio se define de acordo com a renda bruta anualmente e a quantidade

de funcionários, uma vez que é menor que as do ramo industrial.

Ainda de acordo com dados do SEBRAE (2007), quanto ao número de funcionários as microempresas exercem atividades de comércio e serviço com até 9 funcionários e com 19 nas indústrias. As consideradas pequenas empresas são de 10 a 49 funcionários para os serviços e comércios e nas indústrias são de 20 a 99, tem-se de 100 a 499 funcionários para as médias empresas na indústria e no serviço e comércio fica entre 50 a 99 funcionários. E por fim, as grandes empresas industriais possuem mais de 500 funcionários e 100 funcionários no serviço e comércio.

Podemos perceber que a presença do empreendedor se torna cada vez mais fundamental para as pequenas empresas, devido a necessidade cotidiana de criatividade, o trabalho eficiente, as novas possibilidades, acarretando em um negócio mais próspero. Sendo que para obter sucesso nessas empresas é necessário a presença de uma ação empreendedora, o empresário tem que ter a capacidade de identificar as oportunidades e transformá-las em produtos e serviços inovadores.

De acordo com SEBRAE (2007), os proprietários de pequenas empresas precisam ser determinados, para que se possa dominar os elementos primários de gerenciamento, sendo capazes de resolver problemas e tomar decisões rapidamente.

2.4. O empreendedorismo e a tecnologia

Nos tempos atuais é possível reconhecer um empreendedor como um indivíduo que possui uma necessidade de iniciar alguma novidade em contrapartida com às novas tecnologias além de assumir riscos com o seu empreendimento. Inovar faz parte do empreendedorismo que deve ser usado pelos empreendedores para a exploração das possíveis mudanças em benefício próprio (ARAUJO, 2012 et al. Apud DRUCKER).

As transformações que o mundo vem passando em pouco tempo, visando a rápida evolução tecnológica proporcionada pelas inovações, resultará em uma mudança significativa no estilo de vida das pessoas e sua estrutura socioeconômica (DORNELAS, 2008).

A inclusão da tecnologia da informação aos modos de produção, a abertura e

ampliação, além das exigências dos mercados junto a necessidade vital das nações emergentes em se moldar à atual conformação mundial vêm transformando em protagonista através da inovação e empreendedorismo (PALETA, 2008).

Inovar é implementar um produto de bem ou serviço que seja novo ou melhorado. Pode ser um processo, um método de marketing ou até mesmo um método organizacional de práticas de negócios atuante na organização local de trabalho ou em relações externas. (OECD, 2005).

Todas as atividades que são promovidas por meio de inovações tecnológicas são consideradas como etapas científicas, tecnológicas e organizativas, que incluem investimentos em novos conhecimentos e acarreta na implementação de produtos e novos processos cada vez mais melhorados (MANUAL DE FRASCATI, 2007).

Surge o empreendedor digital, os novos revolucionários digitais, da educação digital, do trabalho em casa, na rua, no hotel ou em qualquer lugar conectado em rede.

O impacto causado pelas inovações tecnológicas reflete no desempenho das empresas que variam desde efeitos sobre as vendas e fatia de mercado até mudanças em produtividade, com absorção de conhecimentos a partir de novidades na esfera interna e aumento na quantidade de conhecimentos que circulam pelas redes de comunicação (PALETA, 2008).

Assim, a tecnologia composta de aparelhos ou ideias é indispensável para o empreendedorismo, pois a capacidade de criação e divulgação por meio dos avanços tecnológicos dos dias atuais pode trazer sucesso ou fracasso ao empreendimento de acordo como a mesma será utilizada.

2.5 Faixa etária e gênero do empreendedor brasileiro

Em uma pesquisa denominada “Perfil do Jovem Empreendedor Brasileiro” (Pesquisa CONAJE), que é realizada de dois em dois anos, busca saber características dos empreendedores brasileiros quanto a faixa etária, gênero entre outros, foi realizada em todos os estados brasileiros com um total de 5.792 entrevistados onde, 3.947 afirmaram já serem empreendedores e 1.845 responderam ser potenciais empreendedores. A aplicação dos questionários da pesquisa do CONAJE foi realizada entre novembro de 2017 e janeiro de 2018 (CONAJE, 2018).

O resultado foi divulgado em 17 de julho de 2018 e quanto a idade dos entrevistados que já empreendem corresponde, a faixa etária predominante foi de 26 a 35 anos, correspondendo um total de 52% dos respondentes. Entre 18 e 20 anos, 3% dos respondentes, entre 21 e 25 anos resultou num total de 27%. Os restantes dos entrevistados não atingiram uma porcentagem considerada.

O GEM (2016), adota quatro faixas de escolaridade, onde a primeira é “alguma educação”, para quem possui ensino fundamental completo e ensino médio incompleto. Em seguida têm “secundário completo”, para ensino médio completo e superior incompleto. Tem também o “pós-secundário”, para indivíduos com curso superior completo e especializações ou mestrado incompletos e por último, “experiência pós-graduação”, para indivíduos com mestrado completo e doutorado incompleto ou completo. A pesquisa GEM 2016 é a primeira a considerar a quarta faixa (experiência pós-graduação) na apresentação dos resultados. Nos anos anteriores essa faixa era desconsiderada devido ao número reduzido de observações desse tipo na amostra. Ao analisar os dados do Brasil, verifica-se que justamente a faixa de “experiência pós-graduação” é a que tem maior índice de indivíduos engajados em novos empreendimentos (22,9%). Porém, isso não quer dizer que os empreendimentos são criados por mestre e doutores, pois o número maior de pessoas que empreendem tem escolaridade maior.

Quanto ao gênero, o gênero masculino corresponde a maior parcela dos jovens empreendedores, sendo 64% dos respondentes. Já o gênero feminino totalizou 36% das respostas (CONAJE, 2018).

Tais dados mostram a diminuição da atuação do homem no ramo empreendedor e demonstra conseqüentemente um aumento da participação feminina no empreendedorismo. Também pode-se afirmar que existe um tempo de maturação e amadurecimento para o jovem empreender e desenvolver suas ideias (CONAJE, 2018).

3. METODOLOGIA

3.1. Delimitação da área de estudo

A presente pesquisa pode ser caracterizada como descritiva¹, exploratória² e de campo. Isso porque a referida pesquisa buscou fazer uma análise dos perfis dos empreendedores e empreendimentos de uma área delimitada do município de Macaíba/RN. A proposta buscou identificar a realidade e os fatores que melhor caracterizam o comércio da cidade em si para assim poder ser ter a conclusão real do empreendedorismo na mesma.

3.2. Caracterização da área de estudo

O presente estudo buscou reunir a maior quantidade de dados sobre os empreendimentos e o perfil dos empreendedores na cidade de Macaíba no Estado do Rio Grande do Norte, onde foi realizada a pesquisa na intenção de obter informações suficientes sobre o centro comercial do município em questão.

A pesquisa ocorreu nos locais de atividades dos pesquisados com aplicação de um questionário pelo pesquisador. Adotou-se um questionário que está em anexo, com 27 perguntas, sendo objetivas e subjetivas, foram feitas análise em 50 estabelecimentos, localizados no centro comercial da cidade no dia 11 de julho de 2018. Efetuou-se o procedimento escolhendo o Centro Comercial, onde há a maior concentração de comércios.

Com os dados coletados na pesquisa, foi feito a comparação, observação e análise dos dados aplicando a ferramenta operacional de editor de dados, fundamentando-se em gráficos e tabelas para assim conseguir o resultado preciso dos dados obtidos em campo. Assim sendo, serão expostas as informações da área em questão e em seguida as análises dos dados obtidos durante o período de pesquisa nos espaços em que foram aplicados os questionários respondendo aos questionamentos especificados no trabalho.

¹ Pesquisa descritiva procura, pois, descobrir, com a precisão possível, a frequência com que o fenômeno ocorre, sua relação e sua conexão com outros, sua natureza e suas características (RAMPAZO, 2009, p. 55).

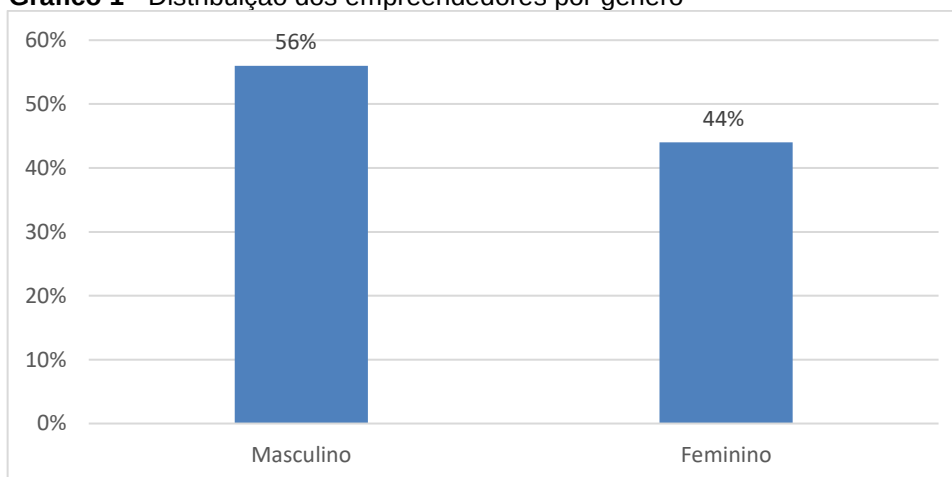
² Pesquisa exploratória [...] trata-se de uma observação não estruturada ou assistemática [...] (RAMPAZO, 2009, p. 56).

3.3. Resultados e discussões

3.3.1. Distribuição dos empreendedores por gênero

De acordo com gráfico 1 e tabela 1, podemos observar que existe uma grande proximidade entre os dados em relação ao gênero masculino e feminino. Verificou-se um percentual de 44% para o sexo feminino e 56% para o sexo masculino. Apesar de haver mais empreendedores do gênero masculino, é possível notar que as mulheres no atual cenário econômico vêm buscando e conquistando seu espaço através da criação de pequenos negócios. Esse fato se faz muito importante para o estudo pois, prova que as mulheres através de sua competência e espírito empreendedor pode sim atuar em um mercado cada vez mais competitivo.

Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 1 - Distribuição dos empreendedores por gênero

GÊNERO	QUANTIDADE	PERCENTUAL (%)
Masculino	28	56
Feminino	22	44
Total	50	100

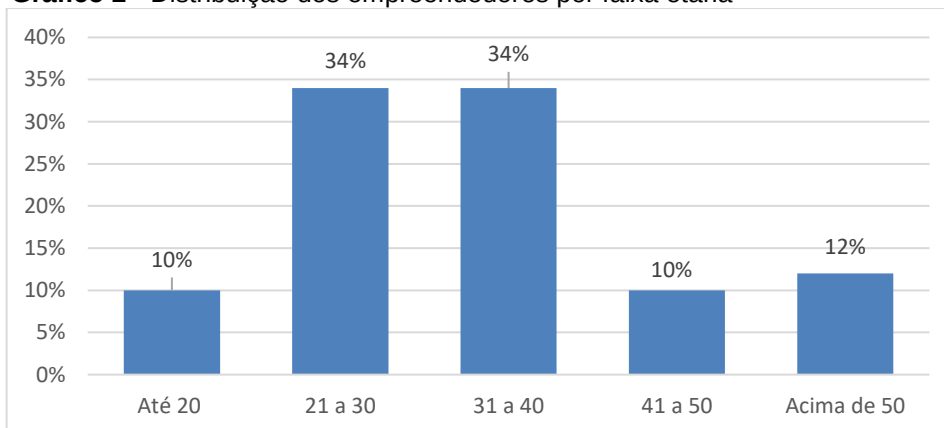
Fonte: Autoria própria (2019).

Tal cenário demonstrou que as mulheres conquistaram seu espaço no mercado de trabalho, obtendo avanços significativos, conciliando suas atividades profissionais com seu papel familiar. Sua participação no empreendedorismo evoluiu consideravelmente como demonstrou os dados acima expostos tendo a mulher se fixado em um ramo onde o homem era unanimidade alguns anos atrás.

3.3.2. Distribuição dos empreendedores por faixa etária

O gráfico 2 e respectivamente a tabela 2, expõe a faixa etária predominante dos empreendedores situa-se entre 21 a 40 anos somam 68%, seguida pela faixa etária de 41 a 50 anos, com 10%, logo em seguida a faixa etária de 51 a 60 anos com 12%, as faixas etárias de até 20 anos ficou com 10%. De acordo com o SEBRAE em 2017 elevou-se a quantidade de empreendedores entre essa faixa etária que estão envolvidos no próprio negócio. No total são 15,7 milhões de jovens que estão levantando informações para abrir um novo negócio ou que já possuem empresa com mais de 3 anos de atividade.

Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária

Faixa Etária	Quantidade	Percentual (%)
Até 20 anos	5	10
21 a 30 anos	17	34
31 a 40 anos	17	34
41 a 50 anos	5	10
51 a 60 anos	6	12
Total	50	100

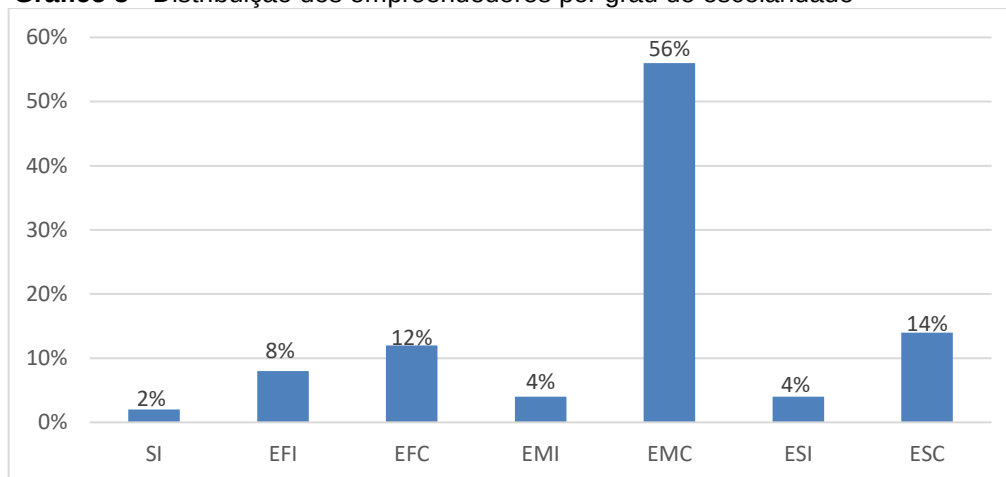
Fonte: Autoria própria (2019).

Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada em 2016, às taxas específicas de empreendedores estabelecidos (TEE) no Brasil, os dados apontam grande variação, com TEE de 5,5% para indivíduos entre 18 e 24 anos a 24,2% para respondentes com idades entre 45 e 54 anos. Isso significa que no Brasil a cada 100 pessoas com idade entre 45 e 54 anos, 24 são responsáveis por empreendimentos com mais de 42 meses de funcionamento.

3.3.3. Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade

Em relação a escolaridade, constatou-se com os dados obtidos expostos no gráfico 3 e tabela 3, que grande parte dos entrevistados concluíram o ensino médio, totalizando 56%, já os que não concluíram o ensino médio foram apenas dois dos entrevistados totalizando 4%. Os que têm o ensino superior completo são 07 com a porcentagem de 14%. Os empreendedores de nível ensino superior incompleto totalizou 4%. Os que tinham ensino fundamental completo e incompleto foram 8% e 12% respectivamente. Por fim, apenas 1 dos entrevistados não tem instrução escolar.

Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 3 - Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade

Escolaridade	Quantidade	Percentual (%)
Sem Instrução (SI)	1	2
Ensino Fundamental Incompleto (EFI)	4	8
Ensino Fundamental Completo (EFC)	6	12
Ensino Médio Incompleto (EMI)	2	4
Ensino Médio Completo (EMC)	28	56
Ensino Superior Incompleto (ESI)	2	4
Ensino Superior Completo (ESC)	7	14
Total	50	100

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Uma explicação para isso pode ser pelo fato do município de Macaíba ficar localizado bem próximo da capital do estado, com isso o acesso à educação se torna mais fácil, inclusive também explicaria o número de empreendedores com instrução superior, já que na capital se encontram um número razoável de

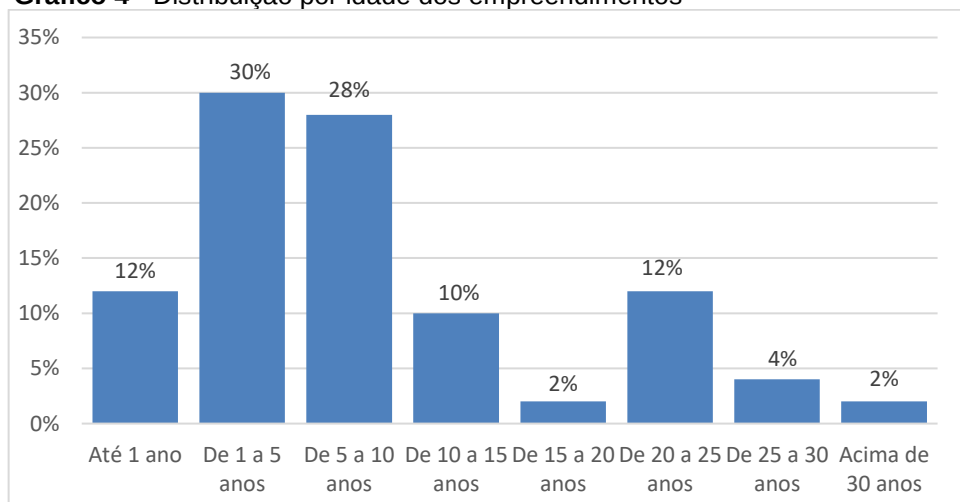
instituições de ensino superior, o que mostra que os empreendedores têm mais oportunidades em relação a sua formação de ensino.

3.3.4. Distribuição por idade dos empreendimentos

Conforme o gráfico 4 e a tabela 4, verificou-se que a maior parte dos empreendimentos possuem de 1 a 5 anos de funcionamento, estes correspondem a 30% dos estabelecimentos visitados. Os empreendimentos que têm um tempo de funcionamento entre 5 a 10 anos totalizaram 28%. Totalizaram 12% os empreendimentos de 1 ano de funcionamento e 20 a 25 anos respectivamente.

Foi mostrado, também, nesse gráfico e na tabela que segue o tempo de 25 a 30 anos de funcionamento dos empreendimentos e acima de 30 anos totalizando as porcentagens de 4% e 2% respectivamente.

Gráfico 4 - Distribuição por idade dos empreendimentos



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 4 - Distribuição por idade dos empreendimentos

Idade da empresa	Quantidade	Percentual (%)
Até 1 ano	6	12
Mais de 1 até 5 anos	15	30
Mais de 5 até 10 anos	14	28
Mais de 10 até 15 anos	5	10
Mais de 15 até 20 anos	1	2
Mais de 20 até 25 anos	6	12
Mais de 25 até 30 anos	2	4
Acima de 30 anos	1	2
Total	50	100

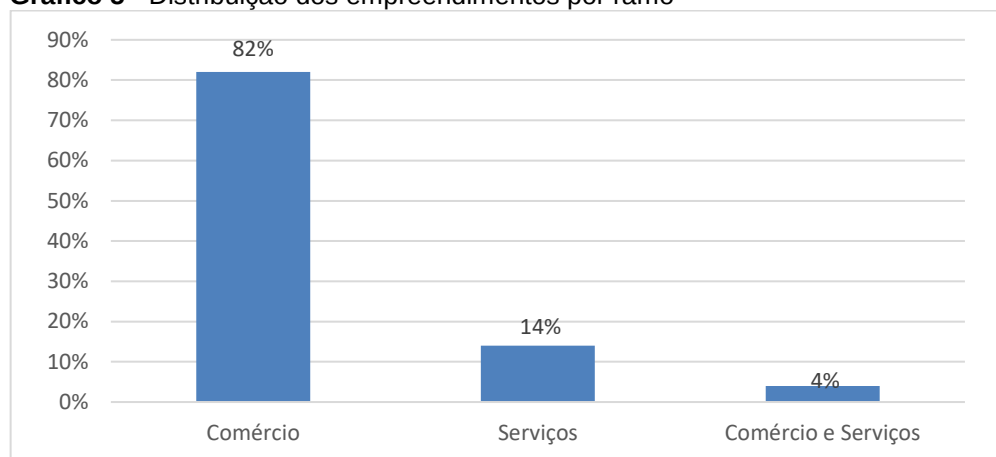
Fonte: Autoria própria (2019).

Como o perfil dos empreendedores de Macaíba é composto na sua maioria por jovens como mostra o Gráfico 2, refletiu-se na idade dos empreendimentos que também em sua grande maioria possuem no máximo 10 anos de funcionamento. A maioria das empresas entrevistadas estão em uma área privilegiada o que pode refletir no sucesso do empreendimento.

3.3.5. Distribuição de empreendimentos por ramo

Na cidade de Macaíba, conforme o gráfico 5 e tabela 5, a pesquisa mostra que existe no ramo comercial 41 dos estabelecimentos visitados, correspondente a uma porcentagem de 82%. O ramo de serviços aparece com um percentual de 14% e o ramo de comércio e serviços totaliza 4%.

Gráfico 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 5 - Distribuição dos empreendimentos por ramo

Setor	Quantidade	Percentual (%)
Comércio	41	82
Serviços	7	14
Comércio e Serviços	2	4
Total	50	100

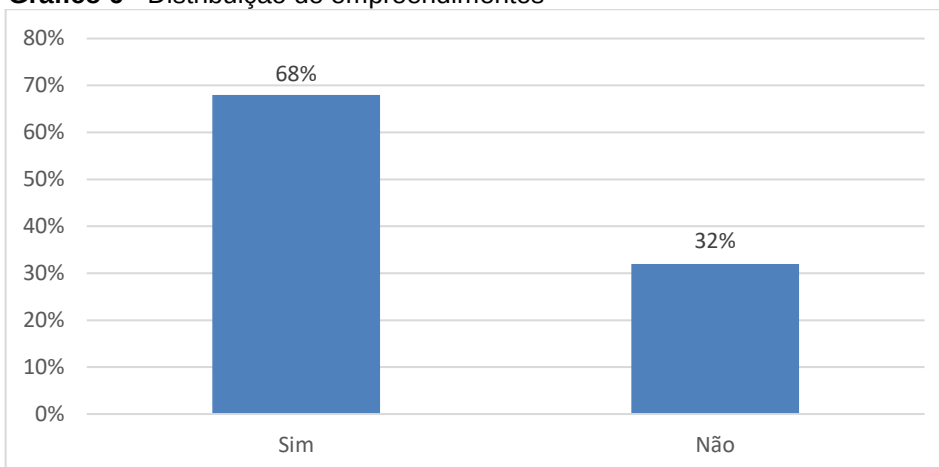
Fonte: Autoria própria (2019).

De acordo com o SEBRAE (2017), a pesquisa GEM revelou que no Brasil o setor de serviços orientados para o consumidor foi o grupo que mais recebeu novos empreendimentos (69%). A indústria de transformação ganha espaço em relação aos empreendedores iniciais e chega à 42% o que não foi constatado no município de Macaíba, no estado do Rio Grande do Norte.

3.3.6. Distribuição de empreendimentos

No gráfico 6 e respectivamente na tabela 6, mostramos a distribuição de empreendedores do município de Macaíba-RN conforme tabulação de dados. Dentre os 50 empreendimentos pesquisados 68% dos empreendedores que responderam ao questionário são gerentes e 32% são os proprietários.

Gráfico 6 - Distribuição de empreendimentos



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 6 - Distribuição de empreendimentos

Gerência/Proprietário	Quantidade	Percentual (%)
Sim	34	68
Não	16	32
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

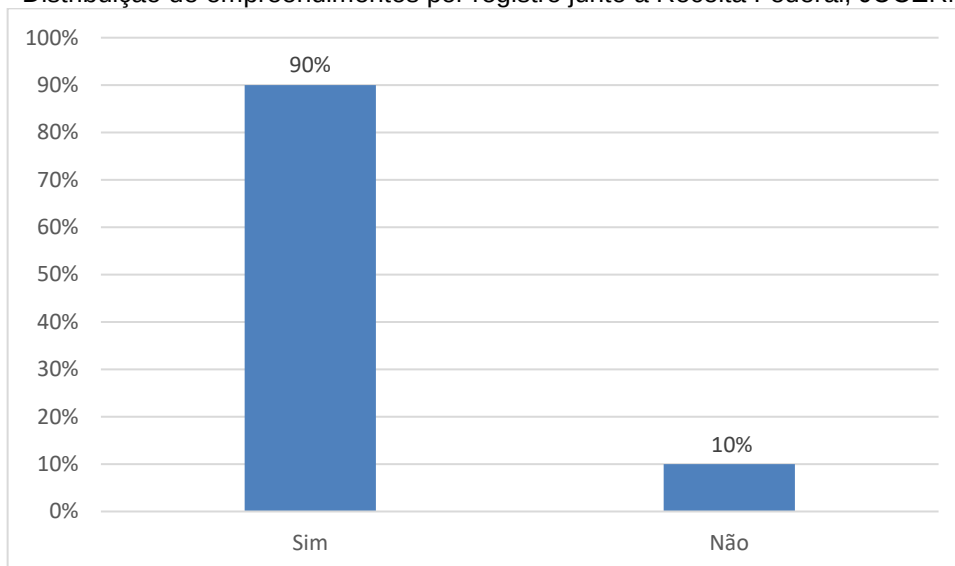
Existem casos em que o proprietário gerencia e também em outros casos preferem contratar alguém para exercer tal função, porém varia de acordo com o tamanho do empreendimento.

3.3.7. Distribuição de empreendimentos por registro junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN

Conforme o gráfico 7 e tabela 7, apresentamos a distribuição dos empreendimentos registrados junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN. Dos pesquisados 45 são registrados e apenas 5 não são, o que equivale a 90% e 10% respectivamente. Para o SEBRAE, a formalização e o registro da empresa resultam em novas oportunidades e sucesso para o negócio. Assim, o empreendimento tem

mais chances de fechar parcerias, conseguir linhas de crédito, exportar e receber subsídios do governo.

Gráfico 7 - Distribuição de empreendimentos por registro junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 7 - Distribuição de empreendimentos por registro junto à Receita Federal, JUCERN ou FIERN

Registro	Quantidade	Porcentagem (%)
Sim	45	90
Não	5	10
Total	50	100

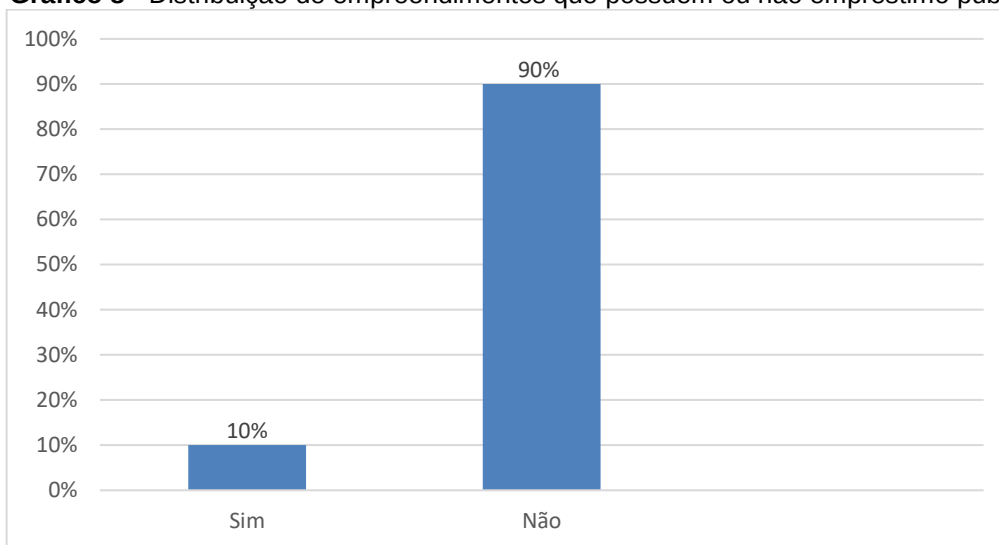
Fonte: Autoria própria (2019).

Segundo dados do SEBRAE (2017) o percentual de empreendedores que declararam ter CNPJ e que são, portanto, formalmente reconhecidos pelo governo e órgãos reguladores do Brasil é de 17,5%.

3.3.8. Distribuição de empreendimentos que possuem ou não empréstimo público

No gráfico 8 e tabela 8, a pesquisa mostra que apenas cinco empreendedores possuem empréstimo público e 45 deles não possui, o que mostra um percentual de 10% para os que possuem e 90% para os que não possuem.

O empréstimo público se bem aplicado é de suma importância para o empreendimento. No entanto, a maioria dos empreendedores que participaram desta pesquisa disseram que não possuem esse tipo de serviço, talvez por não entenderem e terem ciência dos benefícios que o empréstimo pode trazer ao empreendimento.

Gráfico 8 - Distribuição de empreendimentos que possuem ou não empréstimo público

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 8 - Distribuição de empreendimentos que possuem ou não empréstimo público

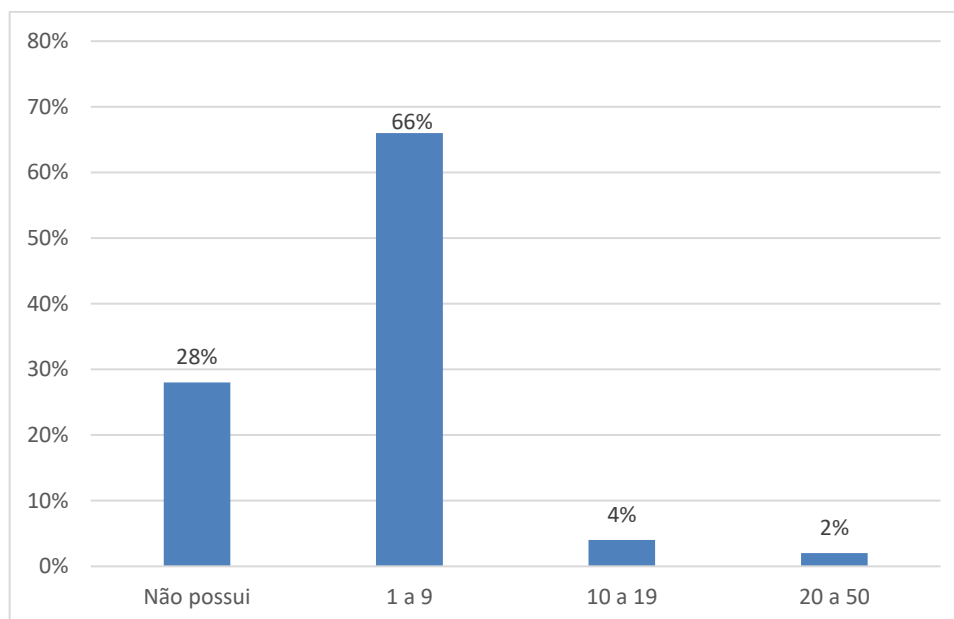
Empréstimo	Quantidade	Percentual (%)
Sim	5	10
Não	45	90
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

Diante da pesquisa da GEM (2016) notou-se que o alto percentual de empreendedores informais significaria uma ampla massa de negócios pouco estruturados e consideravelmente pequenos, onde sem o CNPJ não é possível obter empréstimos de quantias maiores e com prazos mais alongados, prestar serviços que exijam notas fiscais (especialmente às empresas), concorrer em licitações, emitir boletos de cobrança, entre outros.

3.3.9. Distribuição de empreendimentos por quantidade de funcionários

No gráfico 9 e tabela 9, apresentamos a quantidade de funcionários dos empreendimentos pesquisados. De acordo com os dados, 14 dos pesquisados não possuem funcionários o que equivale a 28% dos entrevistados; o número de 1 a 9 funcionários está em 33 estabelecimentos, o que equivale a 66% do total de entrevistados; já o número de 10 a 19 funcionários encontra-se em dois estabelecimentos, o que equivale a 4% e 20 a 50 funcionários em um estabelecimento o que equivale a 2%.

Gráfico 9 - Distribuição de empreendimentos por quantidade de funcionários

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 9 - Distribuição de empreendimentos por quantidade de funcionários

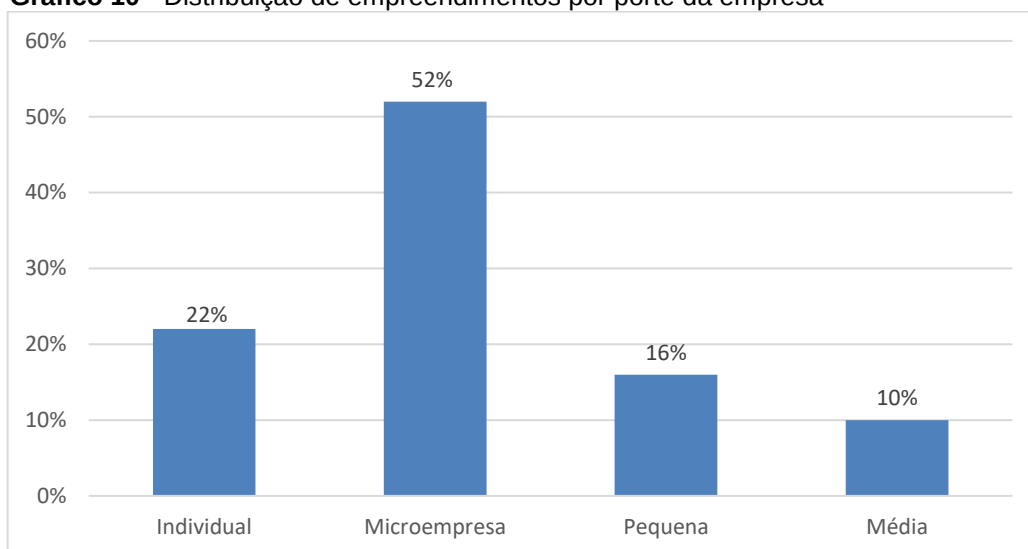
Nº de Funcionários	Quantidade	Percentual (%)
Não possui	14	28
1 a 9	33	66
10 a 19	2	4
20 a 50	1	2
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

Devido a área apresentar grande fluxo de pessoas, se faz necessário uso de funcionários, porém, como a maioria dos empreendimentos possuem um local de comércio não tão grande, muitos deles preferiram não contratar funcionários e os mesmos atuarem como proprietários e empregados.

3.3.10. Distribuição de empreendimentos por porte da empresa

Apresentamos no gráfico 10 e tabela 10, o porte dos empreendimentos pesquisados. O número de empreendedores individuais é de 11 totalizando 22% dos entrevistados. O número de microempreendedores é de 26 o que equivale a 52% do total dos entrevistados. Já o número de pequeno empreendedor é de 8 o que totaliza 16% e o número de médio empreendedor é de cinco totalizando 10% dos entrevistados.

Gráfico 10 - Distribuição de empreendimentos por porte da empresa

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 10 - Distribuição de empreendimentos por porte da empresa

Porte da Empresa	Quantidade	Percentual (%)
Individual	11	22
Microempresa	26	52
Pequena	8	16
Média	5	10
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

Segundo o SEBRAE, o faturamento anual, número de funcionários e atividades desempenhadas são fatores usados com base para definir o porte de uma empresa. Saber qual a categoria a empresa se encaixa melhor é importante para que o empreendimento possa arrecadar tributos e emitir nota fiscal dos serviços.

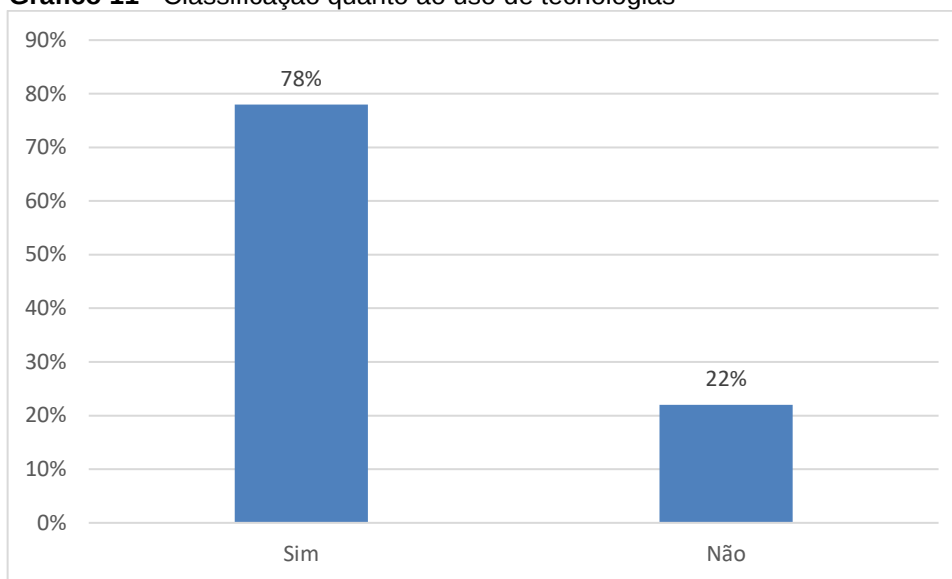
3.3.11. Classificação quanto ao uso de tecnologias

Sobre as tecnologias em empresas, o total de quem faz uso resultou em um número de 39 entrevistados, o que equivale a 78%, número este bastante considerável; os que não usam tecnologias são onze totalizando 22% como vistas no Gráfico 11.

As tecnologias utilizadas em um empreendimento tais como leitor de código de barras, planilhas eletrônicas, softwares para usos específicos dentro da empresa e outros, são de fácil acesso atualmente. No entanto, ainda percebemos que alguns

dos empreendedores não utilizam tais tecnologias.

Gráfico 11 - Classificação quanto ao uso de tecnologias



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 11 - Classificação quanto ao uso de tecnologias

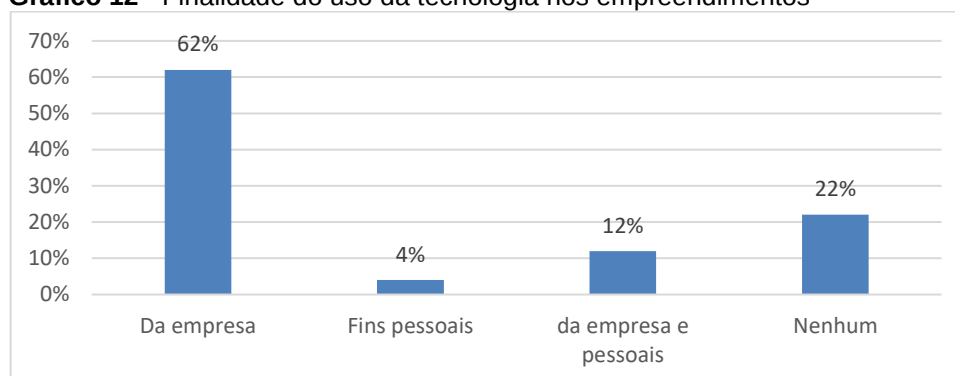
Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Sim	39	78
Não	11	22
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

3.3.12. Finalidade do uso da tecnologia nos empreendimentos

O Gráfico 12 e tabela 12 vem nos mostrar a distribuição dos empreendimentos que utilizam a tecnologia para um fim específico, o que vem a completar os dados do tópico anterior.

Os empreendedores que utilizam as tecnologias na empresa são no número de 31, o que equivale a 62% do total de entrevistados. Os que utilizam para fins pessoais somam 2, para uso na empresa e pessoais ao mesmo tempo são 6 totalizando 12% e, por fim, os que não usam são onze o que equivale a 22%. A tecnologia da informação vem ganhando espaço e melhorando a vida das pessoas e também das organizações, com suas ferramentas construtivas e novos métodos para aprimorar a praticidade e funcionalidade do negócio. A informação é ótima funcionalidade e possibilidade de evolução do empreendimento.

Gráfico 12 - Finalidade do uso da tecnologia nos empreendimentos

Fonte: Autoria própria (2019).

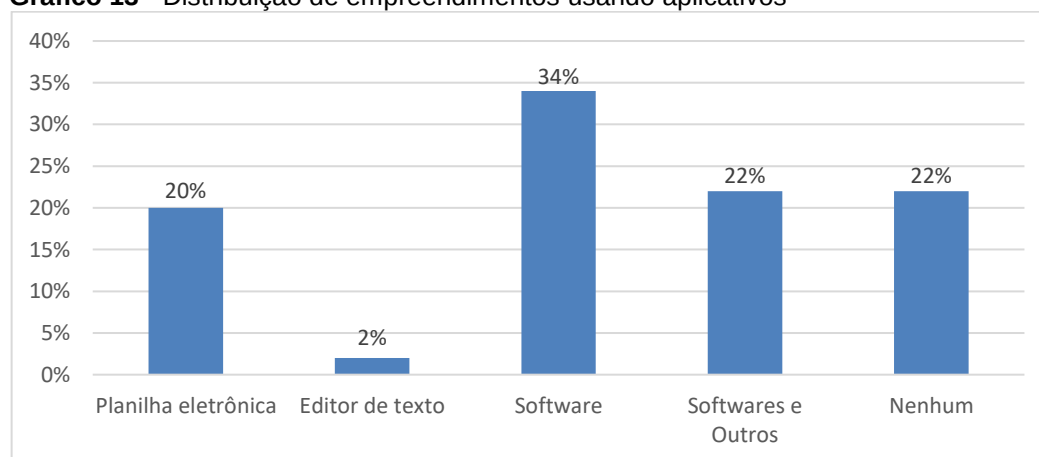
Tabela 12 - Finalidade do uso da tecnologia nos empreendimentos

Uso de Tecnologia	Quantidade	Percentual (%)
Da empresa	31	62
Fins Pessoais	2	4
Da empresa e Pessoais	6	12
Não usa	11	22
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

3.3.13. Distribuição de empreendimentos usando aplicativos

No gráfico 13 e tabela 13, apresentamos os aplicativos utilizados nos empreendimentos pesquisados. Dentre eles estão a planilha eletrônica com 20%; o editor de texto com 2%; softwares de programas que dão suporte ao empreendimento com 34%; softwares e outros aplicativos com 16% e nenhum aplicativo com 22%. Ainda apresentamos dados relacionados às tecnologias disponíveis e utilizáveis em um empreendimento, as quais são de grande importância para o desenvolvimento dos mesmos.

Gráfico 13 - Distribuição de empreendimentos usando aplicativos

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 13 - Distribuição de empreendimentos usando aplicativos

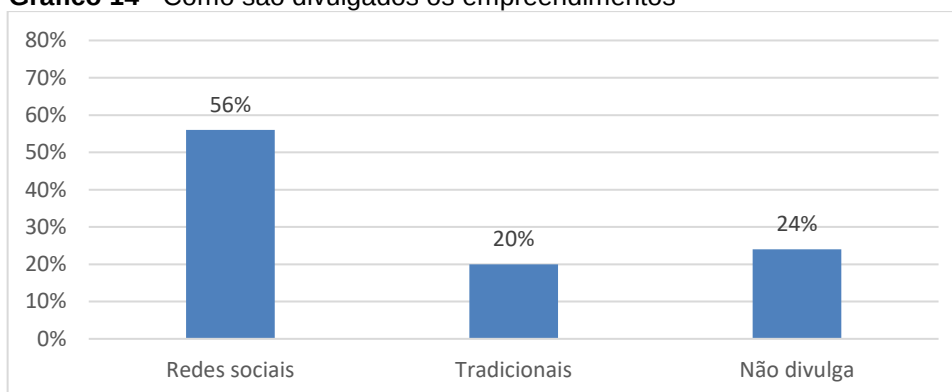
Aplicativos Utilizados	Quantidade	Percentual (%)
Planilha Eletrônica	10	20
Editor de Texto	1	2
Software	17	34
Software e Outros	11	22
Nenhum	11	22
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

3.3.14. Como são divulgados os empreendimentos

Neste gráfico 14 e tabela 14, apresentamos a forma de como o empreendimento é divulgado e percebemos que 28 dos empreendedores divulgam seu estabelecimento através das redes sociais o que equivale a 56%. Dez deles divulgam através dos modos tradicionais, seja por um carro de som ou através do rádio, o que equivale a 20% e 12 desses não divulgam.

Sabemos que o marketing é bastante importante para o sucesso do empreendimento no mercado, sem isso o cliente não saberá da existência do produto e do serviço oferecidos e não tem como consumir o que poderá levar ao fim do negócio.

Gráfico 14 - Como são divulgados os empreendimentos

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 14 - Como são divulgados os empreendimentos

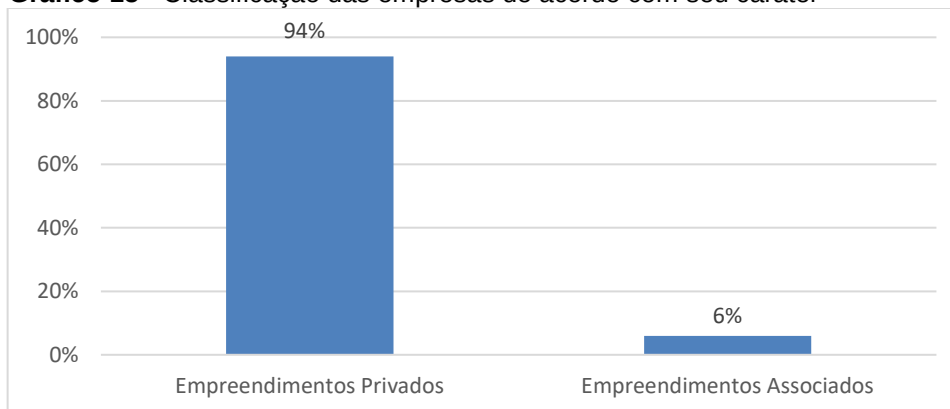
Divulgação do Empreendimentos	Quantidade	Percentual (%)
Redes Sociais	28	56
Tradicionais	10	20
Não Divulga	12	24
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

3.3.15. Classificação das empresas de acordo com seu caráter.

O gráfico 15 e tabela 15 compreendem a classificação dos empreendimentos pelo caráter privado ou associação. Percebemos que 94% dos empreendimentos são privados e apenas 6% deles são por associação.

Gráfico 15 - Classificação das empresas de acordo com seu caráter



Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 15 - Classificação das empresas de acordo com seu caráter

Caráter	Quantidade	Percentual (%)
Privada	47	94
Associação	3	6
Total	50	100

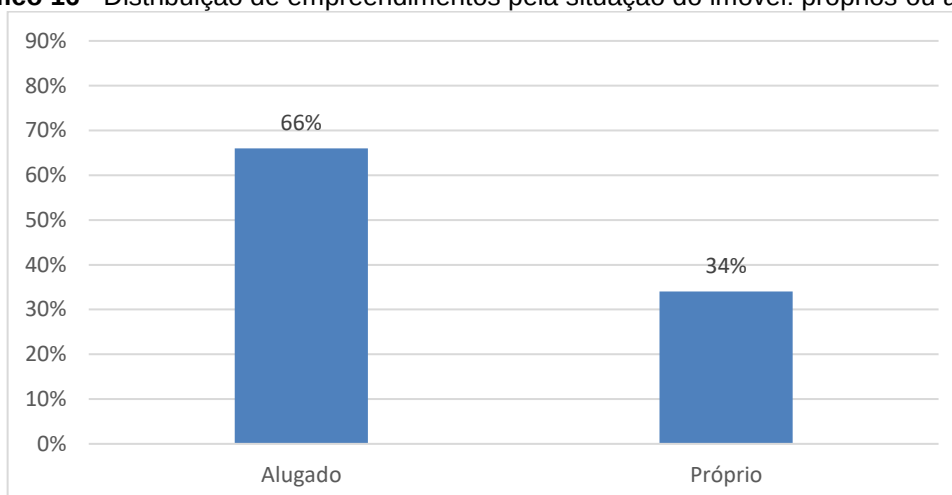
Fonte: Autoria própria (2019).

Esse resultado reforça que muitas pessoas estão apostando num empreendimento próprio, sendo os mesmos seu próprio dono refletindo na afirmação que os mesmos acreditam que podem gerir um comercio que trará sucesso e êxito em seus resultados.

3.3.16. Distribuição de empreendimentos pela situação do imóvel: próprios ou alugados

Nesta pesquisa buscamos classificar os estabelecimentos pesquisados em próprio ou alugados. Coletamos os dados mostrados no gráfico 16 e tabela 16, o que nos mostra que 17 deles são próprios o que equivale a 34% e 33 deles são alugados o que equivale a 66%.

Segundo dados do SEBRAE (2015), a maioria dos estabelecimentos do Rio Grande do Norte são alugados o que corrobora com dados desta pesquisa.

Gráfico 16 - Distribuição de empreendimentos pela situação do imóvel: próprios ou alugados

Fonte: Autoria própria (2019).

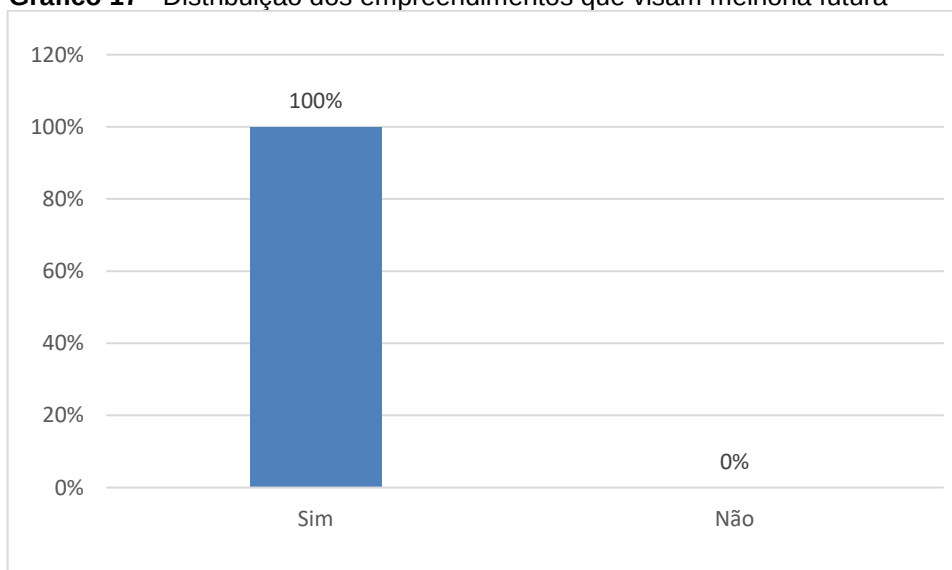
Tabela 16 - Distribuição de empreendimentos pela situação do imóvel: próprios ou alugados

Classificação	Quantidade	Percentual (%)
Alugado	33	66
Próprio	17	34
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

3.3.17. Distribuição dos empreendimentos que visam melhoria futura

No Gráfico 17 apresentamos os dados dos empreendedores que visam melhorar os seus empreendimentos futuramente, e todos eles têm essa visão por acreditarem num melhor desenvolvimento de seus negócios.

Gráfico 17 - Distribuição dos empreendimentos que visam melhoria futura

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 17 - Distribuição dos empreendimentos que visam melhoria futura

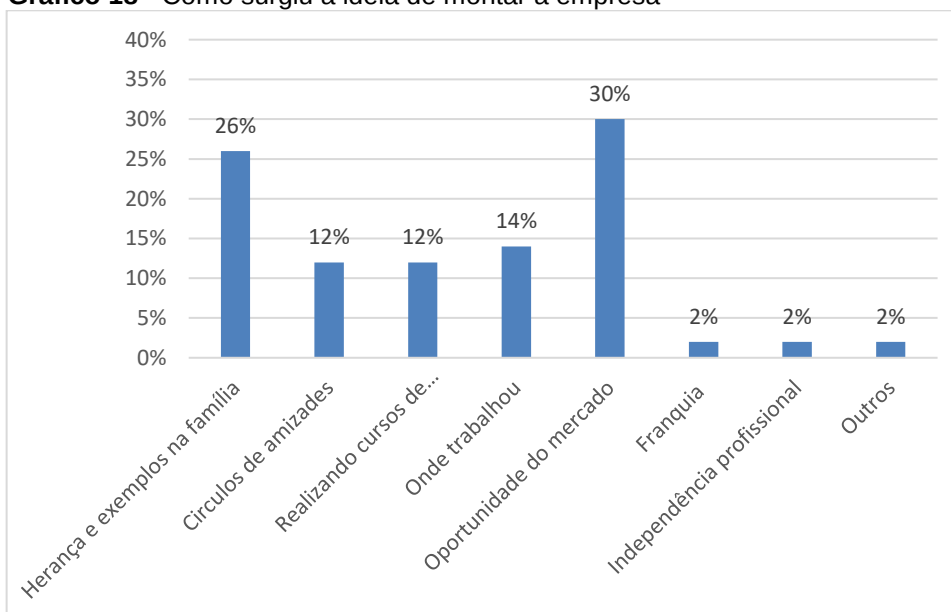
Melhoria	Quantidade	Percentual (%)
Sim	50	100
Não	0	0
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

Dentre as melhorias que os empreendedores visam para seus negócios, os mesmos afirmaram tornar o espaço físico melhor e mais agradável com ampliações do ambiente e fácil mobilidade além de capacitar seus funcionários para atender seus clientes da melhor maneira possível.

3.3.18. Como surgiu a ideia de montar a empresa

No gráfico 18 e respectivamente na tabela 18, é apresentado a distribuição dos empreendimentos que surgiram a partir da situação em que se encontrava e também por meios que estavam disponíveis como cursos, heranças, independência financeira, entre outros. A maioria crê numa oportunidade no mercado contando 15 empreendedores. Treze deles receberam de herança ou exemplo na família. Sete deles por experiência de onde trabalhou; seis por círculo de amizade e seis fizeram curso de empreendedorismo. Um dos entrevistados foi pela franquia e outro por outros motivos não citados.

Gráfico 18 - Como surgiu a ideia de montar a empresa

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 18 - Como surgiu a ideia de montar a empresa

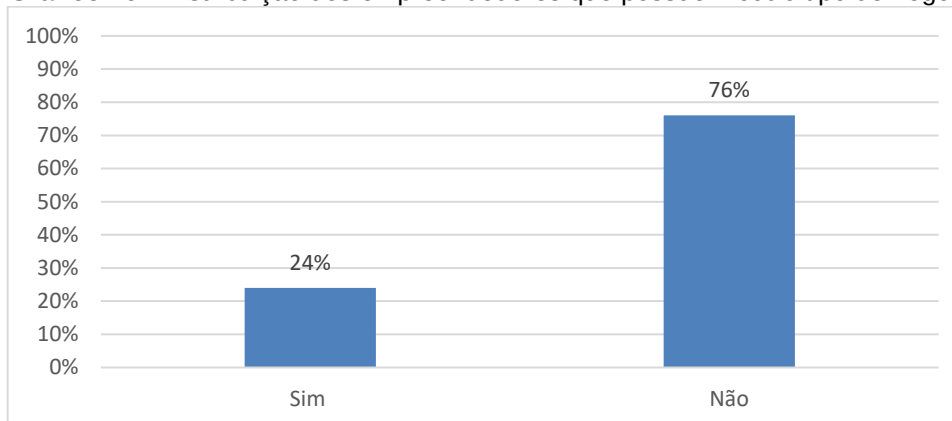
Respostas	Quantidade	Percentual (%)
Herança e exemplos na família	13	26
Exemplo Círculos de Amizade	6	12
Fazendo Curso de Empreendedorismo	6	12
Onde Trabalhou	7	14
Oportunidade do Mercado	15	30
Franquia	1	2
Procurando Independência Profissional	1	2
Outros	1	2
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

Podemos observar que um grande percentual dos entrevistados teve uma visão de empreendedorismo perfazendo um total de 74% dos que acreditam no potencial de novos empreendimentos, superando assim aqueles que foram orientados pois se tratavam de herança de família.

3.3.19. Distribuição dos empreendedores que possuem outro tipo de negócio

Sobre o número de empreendedores que possuem ou não outro tipo de negócio. A maioria deles possui apenas o seu negócio totalizando 76% e 24% deles possuem outro tipo de negócio.

Gráfico 19 - Distribuição dos empreendedores que possuem outro tipo de negócio

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 19 - Distribuição dos empreendedores que possuem outro tipo de negócio

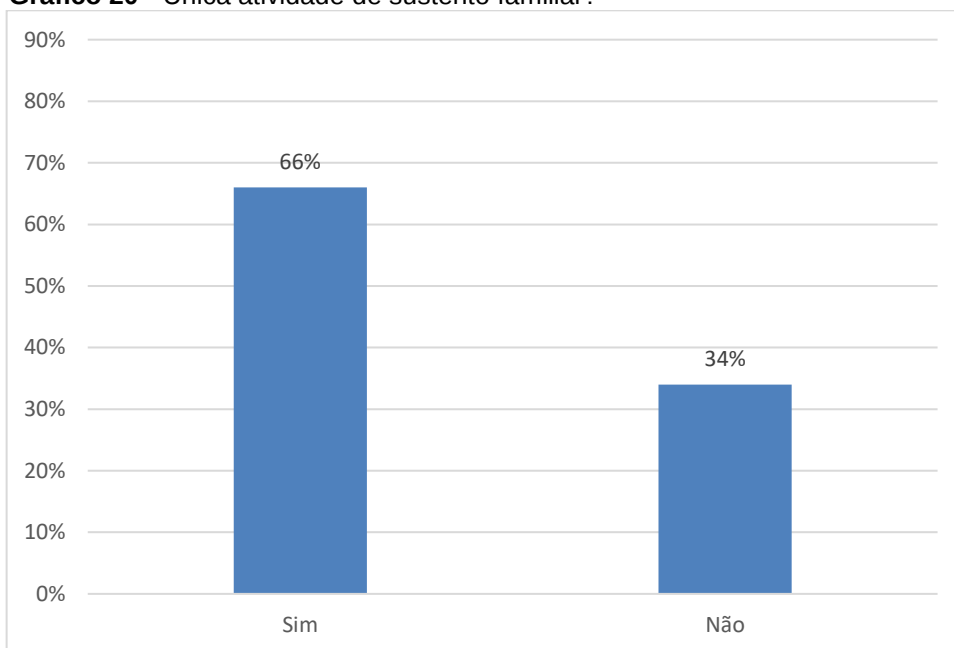
Outros Empreendimentos	Quantidade	Percentual (%)
Sim	12	24
Não	38	76
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

3.3.20. Única atividade de sustento familiar?

Neste tópico apresentamos o número de empreendedores que possuem outra atividade e o número deles que não possuem. O gráfico 20 e tabela 20 aponta que 66% têm outra atividade e que 34% não têm.

Gráfico 20 - Única atividade de sustento familiar?



Fonte: Autoria própria (2019).

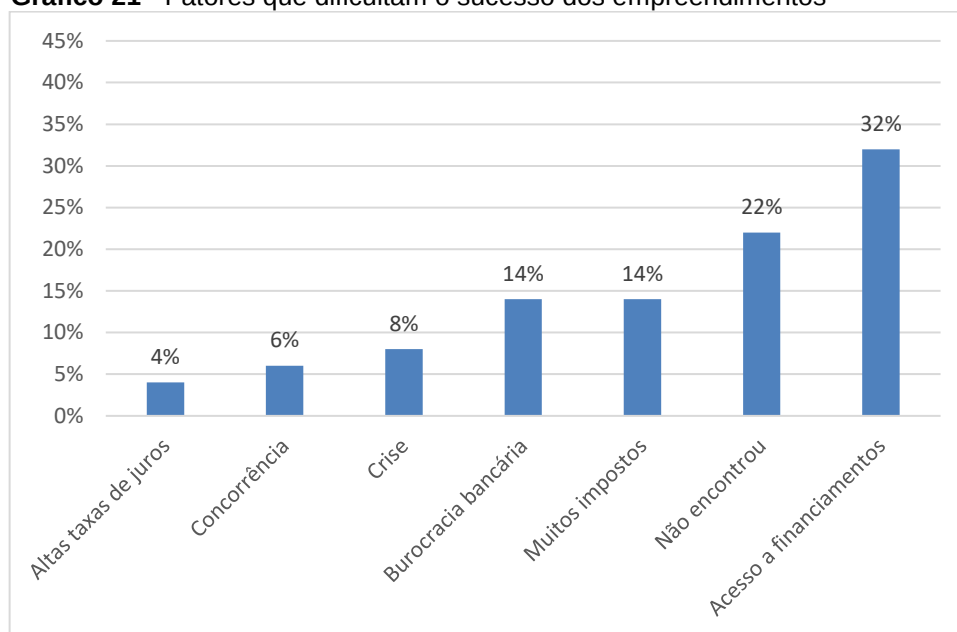
Tabela 20 - Única atividade de sustento familiar?

Sustento Familiar	Quantidade	Percentual (%)
Sim	33	66
Não	17	34
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

3.3.21. Fatores que dificultam o sucesso dos empreendimentos

Por fim, no gráfico 21 e tabela 21, apresentamos as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores em seus estabelecimentos. A maior dificuldade é o acesso ao financiamento com 32% das respostas; 22% dos entrevistados não encontrou dificuldades, a burocracia bancária e o número alto de impostos totalizando 14% cada uma das dificuldades; 8% respondeu que é a crise; 6% que é a concorrência e 4% que é as taxas de juros.

Gráfico 21 - Fatores que dificultam o sucesso dos empreendimentos

Fonte: Autoria própria (2019).

Tabela 21 - Fatores que dificultam o sucesso dos empreendimentos

Dificuldades	Quantidade	Percentual (%)
Altas Taxas de Juros	2	4
Concorrência	3	6
Crise	4	8
Burocracia Bancaria	7	14
Muitos Impostos	7	14
Não Encontrou	11	22
Acesso a Financiamento	16	32
Total	50	100

Fonte: Autoria própria (2019).

Os resultados constatarem que a dificuldade para o sucesso dos empreendimentos vem por parte das dificuldades ao acesso para empréstimos e financiamentos. Muitas das vezes por falta de garantias e também pela burocracia enfrentada na solicitação desse tipo de vantagem.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os empreendedores desempenham um papel relevante na sociedade. Eles atuam de modo criativo ao introduzir novas tecnologias e processos para melhorar e tornar mais baratos os produtos existentes criando novos bens e serviços, que substituem os antigos e aumenta o nível de bem-estar do consumidor. São diversos os benefícios trazidos pelo empreendedorismo, tais como mudanças no mercado, progresso, introdução de processos inovadores, criação e comercialização de novas tecnologias que substituem as antigas.

O presente trabalho consistiu na realização de um levantamento sobre os empreendimentos e o perfil dos empreendedores do centro comercial do município de Macaíba/RN, tendo como princípio a contextualização do cenário econômico estadual atual. Foi possível observar através dos resultados obtidos informações que contribuíram para análise no que se diz respeito a realidade vivenciada e as condições socioeconômicas que o mercado cada vez mais competitivo presente no município de Macaíba/RN.

Em um mercado em que a concorrência se faz presente, percebemos que algumas barreiras estão sendo superadas, exemplo foi uma elevada presença do gênero feminino presente no mercado que demonstra que a mesma vem ganhando seu espaço com ideias inovadoras, atitudes empreendedoras, capaz de gerir seu comércio com alternativas e cursos disponíveis para as mesmas.

Quanto a faixa etária dos empreendimentos entrevistados, sua grande maioria está com idade entre 21 e 40 anos possuindo pelo menos o ensino médio completo o que não impede os mesmo de buscar soluções tecnológicas para desenvolvimento do seu negócio. Tanto na parte física com suas melhorias estruturais e atenção aos clientes quanto na área tecnológica com utilização de programas e aplicativos para melhor atender e divulgar seus produtos e serviços aos clientes.

Em relação a legalização da empresa junto aos órgãos de fiscalização, a grande maioria possui registro para funcionamento, consequência do elevado movimento do comercio devido a sua localização. Os 10% dos comércios que não possuem registro tem como justificativa o receio investir numa empresa e possivelmente não ter um retorno garantido. Porém, dependendo do movimento e sucesso do empreendimento, o proprietário buscará meios legais para formalizar a empresa. É uma aposta que pode ou não dar certo, tendo em vista que os planos

podem ser frustrados pela fiscalização e com isso vindo a pagar impostos, taxas e tributos ao governo. Isso reflete no tempo de funcionamento dos comércios. Devido as empresas e comércios estarem localizadas em uma área de grande movimentação de pessoas, o tempo de funcionamento médio é de 5 anos e isso abre a possibilidade dos comércios sem registro se estabilizarem e consequentemente tornar-se legais perante ao governo.

No que diz respeito ao empreendimento em si. A maioria dos estabelecimentos de onde foram realizadas as pesquisas possuem gerentes que administram o comércio, sendo também a maioria dos comércios alugados o que não impede aos proprietários e gerentes buscar melhorias não havendo a necessidade e empréstimos mesmo que possuam um quadro razoável de funcionários com seu porte e microempresa que usam as oportunidades de mercados para se manterem em pleno funcionamento. Levando em consideração a escolha do ato de empreender, a maioria dos entrevistados afirmam não possuir outros negócios mesmo com todas as dificuldades de acesso a financiamentos, porém realizam outras atividades para complementação financeira.

Desse modo, conclui-se que os resultados obtidos com a pesquisa permitiram traçar um perfil estruturado dos empreendedores e caracterizar suas empresas para que haja futuros empreendimentos e possam satisfazer os clientes, devido a observação dos entrevistados a carência de lojas de departamentos e cursinhos especializados na qualificação profissional e preparatória para o mercado de trabalho, devido a sua proximidade com a capital do estado, caso existissem no próprio município evitava-se um deslocamento desnecessário. Se faz imprescindível por parte dos órgãos competentes a disponibilidade de meios e ferramentas para treinamento e capacitação dos empreendedores, facilitar o acesso do mesmo as novas informações e carência do mercado, além é claro de diminuição da burocracia perante ao mesmo quando se há a necessidade de recursos financeiros para alavancar ainda mais seu comércio.

Por fim, de uma forma objetiva os estudos relacionados a essa pesquisa, constataram que o perfil do empreendedor do município de Macaíba, no estado do Rio Grande do Norte é distribuído quase de forma igualitária por parte do gênero, com faixa etária considerada jovem para o mercado de trabalho e foi detectado a busca dada vez mais por novas ideias e oportunidades de acordo com as necessidades, tendo em vista o interesse de futuros empreendedores nesta região.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, R. M. et al. Empreendedorismo: uma investigação na evolução da perspectiva empreendedora dos estudantes de uma IES privada no Rio Grande do Norte. **Estratégia&Negócios**, 2012. Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 28-66, jan. /abr. 2012. Disponível em: <http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/782/778>. Acesso em 20 mai. 2019.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1 Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CARRIJO, M. C.; FERREIRA, S. R. R. **Empreendedorismo feminino no Brasil: uma análise a partir de dados do global entrepreneurship monitor (gem)**. Empreendedorismo, gestão e negócios. BRASIL, v. 6, n. 6, p. 200-225, mar. 2017. Disponível em: <http://www.fatece.edu.br/arquivos/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volume6/12.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2019.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS JOVENS EMPRESÁRIOS - CONAJE. Relatório: **Perfil do jovem empreendedor brasileiro**. 2018. Disponível em: <http://conaje.com.br/wp-content/uploads/RELATORIO-FINAL-Perfil-do-Jovem-Empreendedor-Brasileiro.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2019.

CUSTÓDIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. Lins-SP, v. 1, p. 62. 2019. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53972.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2019.

DOLABELA, F. **O segredo de Luiza**. São Paulo: Cultura Editores, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2ª edição Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

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

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FRASCATI MANUAL. **Metodologia Proposta para a definição da investigação e desenvolvimento experimental**. Coimbra: OECD, 2007. 336p. Disponível em: <http://213.253.134.43/oecd/pdfs/browseit/920208UE.pdf>. Acesso em: 03 ago. 2019.

GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR). **Empreendedorismo no brasil**. Brasília: SEBRAE, 2017. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Ex>. Acesso em: 11 mai. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos e pesquisas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IBGE. **Cidades**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/macaiba/panorama>>. Acesso em: 14 mai. 2019.

IBGE. **Estados**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/panorama>>. Acesso em: 16 mai. 2018.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. 3 ed. Recife: Bagaço, 2002.

MORAES M. **Empreendedorismo digital: o que é empreendedorismo conceito e definição**. Disponível em: <<https://manassesmoraes.com/o-que-e-empreendedorismo-conceito-definicao/>>. Acesso em: 10 mai. 2019.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OECD). Gabinete Estatístico das Comunidades Européias. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3.ed. Rio de Janeiro: FINEP, 2005. 136p. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/imprensa/sala-imprensa/manual-de-oslo.pdf> Acesso em: 03 ago. 2019.

Oliveira, M. A. **VALEU!:** passos na trajetória de um empreendedor. São Paulo: Nobel, 1995.

PALETA, F. C. **Tecnologia da informação, inovação e empreendedorismo: fatores críticos de sucesso no uso de ferramentas de gestão em empresas incubadas de base tecnológica**. Tese (Doutorado em Ciências na Área de Tecnologia Nuclear – Materiais) – Instituto de Pesquisa Energéticas e Nucleares. Autarquia Associada à Universidade de São Paulo. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://pelicano.ipen.br/PosG30/TextoCompleto/Francisco%20Carlos%20Paletta_D.pdf>. Acesso em: 3 ago. 2019.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2009.

SARKAR, S. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SEBRAE. **Desenvolvimento micro e pequenas empresas geram 27% do pib do brasil**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410vgnvcm2000003c74010arcrd>>. Acesso em: 14 mai. 2019.

SEBRAE. **Perfil empreendedor conheça características importantes para o comportamento empreendedor**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/conheca-caracteristicas-importantes-para-o-comportamento>>.

empreendedor,638b5d27e8fdd410vgnvcm1000003b74010arcrd>. Acesso em: 14 mai. 2019.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007.

SCHLINDWEIN, C. **Empreendedores, o desafio do negócio**. Uma análise da criação da micro e pequena empresa. Dissertação (pós-graduação em engenharia de produção) – universidade federal de santa Catarina. Florianopolis, 2004. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/9195.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2019.

TRANJAN, R. A. **EMPREENDEDORISMO: sete perfis de empreendedores, uma questão de escolha**. SEBRAE [s.l., s.d.]. Disponível em: http://www.sebraepr.com.br/portal/page/portal/PORTAL_INTERNET/BEMPR_INDEX/BEMPR_ARTIGO?_dad=portal&_boletim=22&_filtro=239&_artigo=5427. Acesso em: 13 mai. 2019.

**ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS
EMPREENDEIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO
MUNICÍPIO DE MACAIBA – RN.**

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

Data:

____/____/____

NOME DA EMPRESA: _____

NOME DO RESPONDENTE: _____

E-MAIL: _____

SEXO:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

FAIXA ETÁRIA (anos):

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

ESCOLARIDADE:

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

QUANDO INICIOU O NEGÓCIO?

IDADE DA EMPRESA _____

Data de fundação ____/____/____

SETOR:

- ☐ Indústria
- ☐ Comércio
- ☐ Serviços

TIPO**DE****NEGÓCIO:**

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

GERÊNCIA/PROPRIETÁRIO: _____**REGISTRADA junto à RECEITA FEDERAL, JUCERN ou FIERN:**

- ☐ Sim (Quais registros?)
- ☐ Não

POSSUI EMPRÉSTIMO PÚBLICO:

- ☐ Sim
- ☐ Não

QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS:

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

PORTE DA EMPRESA:

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

USO DE TECNOLOGIA:

- ☐ Sim
- ☐ Não

Usa Para Qual Fim:

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

Que Aplicativo Usa:

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

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

- Sim
- Não

SE NÃO, POR QUAL MOTIVO VOCÊ NÃO USA?

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

COMO DIVULGA A EMPRESA:

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

CARATER:

- Associação
- Cooperativa
- Rede
- Privada

USO DO ESTABELECIMENTO:

- Alugada
- Própria
- Domiciliar

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

- Sim
- Não

COMO SURTIU A IDEIA DE MONTAR A EMPRESA?

- Herança ou exemplo dentro da família
- Exemplo de círculos de 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?

QUE NEGÓCIO VOCÊ SUGERIRIA PARA ESTE MUNICÍPIO?