



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

LETÍCIA CARLA SOUZA DE ARAÚJO

EMPREENHIMENTOS E PERFIL DOS EMPREENDEDORES NA AVENIDA AYRTON
SENNA, NATAL – RN

ANGICOS – RN

2019

LETÍCIA CARLA SOUZA DE ARAÚJO

EMPREENHIMENTOS E PERFIL DOS EMPREENDEDORES NA AVENIDA AYRTON
SENNA, NATAL – 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.

Profº. Dr. Rafael da Costa Ferreira –
UFERSA

ANGICOS – RN

2019

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

A658e Araújo, Letícia Carla Souza de.
EMPREENHIMENTOS E PERFIL DOS EMPREENHEDORES NA
AVENIDA AYRTON SENNA, NATAL ? RN / Letícia Carla
Souza de Araújo. - 2019.
60 f. : il.

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

1. Empreendedorismo. 2. Microempresa. 3.
Desenvolvimento. 4. Economia. I. da Costa,
Rafael, orient. II. Título.

LETÍCIA CARLA SOUZA DE ARAÚJO

EMPREENDEIMENTOS E PERFIL DOS EMPREENDEDORES NA AVENIDA AYRTON
SENNA, NATAL – RN

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

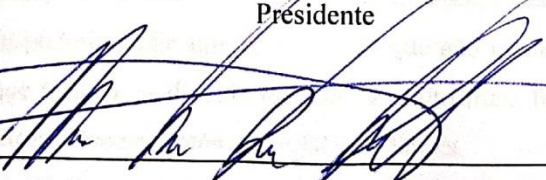
Profº. Dr. Rafael da Costa Ferreira –
UFRSA

Defendido em: 12/08/2019

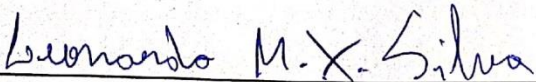
Bancada Examinadora



Profº. Dr. Rafael da Costa Ferreira – UFRSA
Presidente



Profº. Dr. Marcus Vinicius Sousa Rodrigues – UFRSA
Primeiro Membro



Profº. Ms. Leonardo Magalhães Xavier da Silva – UFRSA
Segundo Membro

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por me conceder a vida, a saúde, a força e o entusiasmo para enfrentar as inúmeras missões que me é dada, mesmo nos momentos difíceis e principalmente por permitir que o sonho de ter mais uma etapa profissional concluída se tornasse uma realidade na minha vida.

Agradeço aos meus pais que sempre estiveram do meu lado, me apoiando em todos os momentos da minha vida, todos os ruins e principalmente todos os maravilhosos e felizes. Ao meu pai Edson Carlos de Araújo que sempre fez de tudo para ser um pai responsável, que sempre me protegeu, e que sempre se esforçou para que nunca me faltasse nada. À minha mãe Laisa Souza de Araújo, que acredita em mim e me apoia nas minhas decisões, sendo sempre o meu porto seguro, me incentivando a ser melhor.

A minha avó Vernanda Souza de Araújo que é minha segunda mãe, e que seu amor me faz querer vencer para que ela possa sentir orgulho da pessoa que ela está ajudando a vencer as dificuldades. Uma mulher generosa de grande coração e na qual serei eternamente grato.

A minha avó Josefa Rita de Araújo (in memoriam) e a minha bisavó Severina Júlia da Costa (in memoriam) por terem me amado em vida e por terem acreditado em mim quando no início desta jornada se esforçaram e me apoiaram nas minhas decisões e escolhas.

A todos os meus amados amigos. Sou muito sortudo por ter conhecido diversas pessoas especiais na vida, inclusive durante esta etapa da minha vida, estas pessoas são sensacionais e extraordinárias. Não poderia pedir amigos melhores que não medem esforços para me ajudar quando preciso e que tornam os dias da graduação muito mais feliz. Em especial aos meus amigos e companheiros, Marcos António e Jefferson Souza.

As rosas da resistência nascem no asfalto. A gente recebe rosas, mas vamos estar com o punho cerrado falando de nossa existência contra os mandos e desmandos que afetam nossas vidas.

Marielle Franco

RESUMO

Os empreendedores têm um significativo marcante no desenvolvimento da sociedade, eles realizam, são autênticos gerentes e geradores de ideias revolucionarias. São responsáveis pelo desenvolvimento da globalização e crescimento econômico. Observando esses fatores e o desenvolvimento da tecnologia ocorrente em todo o país e, também no estado do Rio Grande do Norte, verifica-se a necessidade de caracterizar o comércio da Avenida Ayrton Senna, localizada na cidade de Natal no Rio Grande do Norte. Com o mercado cada vez mais competitivo e inovador o sistema capitalista do Brasil vem vivenciando mudanças econômicas que influenciam no dia-a-dia do consumidor. A elaboração desse trabalho foi feita por meio de um embasamento teórico, pesquisas em livros, outros trabalhos acadêmicos online, e pesquisas documentais, ainda foi aplicado um questionário para verificação da situação atual dos empreendedores e empreendimentos da Avenida Ayrton Senna. Logo depois foi realizada uma análise dos dados e assim pode-se constatar que, no centro comercial da Avenida gênero que predomina entre os empreendedores é o masculino, a maioria dos empresários tem de 31 a 40 anos, 72% dos empreendimentos faz o uso das tecnologias e boa parte dos empreendimentos é composta de Restaurante/Bar. No entanto, ao fim da pesquisa conclui-se que os maiores problemas que os empresários vêm enfrentando atualmente é a falta de segurança e o comercio volátil.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Microempresa; Desenvolvimento; Economia.

.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução no número de empreendedores	16
Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores por gênero	30
Gráfico 3 - Distribuição da faixa etária dos empreendedores	31
Gráfico 4 - Grau de escolaridade dos empreendedores	33
Gráfico 5 - Distribuição dos empreendimentos segundo a taxa de sobrevivência das empresas	35
Gráfico 6 - Distribuição por ramo de atividade dos empreendedores	36
Gráfico 7 - Percentuais dos empreendimentos registrados junto à receita federal, JUCERN ou FIERN.....	37
Gráfico 8 - Percentuais das empresas que realizaram empréstimos públicos	38
Gráfico 9 - Percentuais da quantidade de funcionários nos empreendimentos	39
Gráfico 10 – Porcentagem das classificações dos portes dos empreendimentos	41
Gráfico 11 – Porcentagem dos empreendimentos que fazem o uso de tecnologias da informação	42
Gráfico 12 - Divulgações dos empreendimentos.....	43
Gráfico 13 - Distribuição dos empreendimentos segundo o caráter das empresas	44
Gráfico 14 - Classificação dos imóveis dos empreendimentos	45
Gráfico 15 - Percentuais das empresas que visam em realizar melhorias ou desenvolver algum outro negócio	46
Gráfico 16 - Fatores que levam os empreendimentos a abrirem um novo negócio	47
Gráfico 17 – Percentuais de empreendedores que possuem outros negócios.....	48
Gráfico 18 – Única atividade de sustento familiar	49
Gráfico 19 - Tipos dos empreendimentos da Avenida Ayrton Senna	50
Gráfico 20 - Caracterização das principais dificuldades enfrentadas.....	52

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Distribuição por gênero dos empreendedores	31
Tabela 2 - Distribuição da faixa etária dos empreendedores	32
Tabela 3 - Grau de escolaridade dos empreendedores	34
Tabela 4 - Distribuição dos empreendimentos segundo a taxa de sobrevivência das empresas	35
Tabela 5 - Distribuição por ramo de atividade dos empreendedores	36
Tabela 6 - Percentuais dos empreendimentos registrados junto à receita federal, JUCERN ou FIERN.....	38
Tabela 7 - Percentuais das empresas que realizaram empréstimos públicos.....	39
Tabela 8 - Percentuais da quantidade de funcionários nos empreendimentos	40
Tabela 9 - Porcentagem das classificações dos portes dos empreendimentos	41
Tabela 10 - Fatores que levam os empreendimentos a abrirem um novo negócio.....	48
Tabela 11 - Tipos dos empreendimentos do município.....	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

EPP – Empresa de Pequeno Porte

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

GERA – Global Entrepreneurship Research Association

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ME – Microempresa

MEI – Microempreendedor Individual

MPE – Micro e pequenas empresas

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Pequenas e Médias Empresas

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SOFTEX – Sociedade Brasileira para Exportação de Software

SRF – Secretaria da Receita Federal

TEA – Taxa de Empreendedores Iniciais

TEE – Taxa de Empreendedores Estabelecidos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 OBJETIVOS	17
1.1.1 Objetivo Geral.....	17
1.1.2 Objetivos Específicos	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 RESSALTANDO PONTOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO.....	18
2.1.1 Empreendedorismo no Brasil	19
2.2 RETRATANDO OS TIPOS DE EMPREENDEDORISMOS	21
2.2.1 O empreendedor por necessidade	21
2.2.2 O empreendedor por oportunidade	22
2.2.3 O empreendedor realizador	22
2.2.4 O empreendedor supervendedor	22
2.2.5 O empreendedor autêntico gerente	23
2.2.6 O empreendedor gerador de ideias	23
2.3 EMPREENDIMENTOS	23
2.3.1 Microempreendedor individual (MEI)	23
2.3.2 Micro e pequenas empresas (MPE)	24
2.3.3 Pequenas e Médias Empresas (PME)	25
2.3.4 Empresas de grande porte	25
3 METODOLOGIA.....	26
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	26
3.2 TIPO DE PESQUISA	28
3.3 COLETA DE DADOS.....	28
3.4 ANÁLISE DE DADOS	29
4 RESULTADOS	30
4.1 DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO DOS EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN	30

4.2	DISTRIBUIÇÃO POR FAIXA ETÁRIA DOS EMPREENDEDORES DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	31
4.3	GRAU DE ESCOLARIDADE DOS EMPREENDEDORES DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	32
4.4	DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO A TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN	34
4.5	DISTRIBUIÇÃO POR RAMO DE ATIVIDADE DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN	36
4.6	PERCENTUAIS DOS EMPREENDIMENTOS FORMAIS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	37
4.7	PERCENTUAIS DAS EMPRESAS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN QUE REALIZARAM EMPRESTIMOS PÚBLICOS.....	38
4.8	PERCENTUAIS DA QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS NOS EMPREENDIMENTOS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	Er
	ro! Indicador não definido.	
4.9	CLASSIFICAÇÃO DO PORTE DOS EMPREENDIMENTOS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	40
4.10	PERCENTUAIS DAS EMPRESAS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN QUE FAZEM USO DE TECNOLOGIA.....	42
4.11	DIVULGAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	42
4.12	DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO O CARÁTER DAS EMPRESAS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN	44
4.13	CLASSIFICAÇÃO DOS IMÓVEIS DOS EMPREENDIMENTOS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	45
4.14	PERCENTUAIS DAS EMPRESAS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN QUE VISAM EM REALIZAR MELHORIAS OU DESENVOLVER ALGUM OUTRO NEGÓCIO.....	45

4.15	FATORES QUE LEVAM OS EMPREENDIMENTOS DO CENTRO COMERCAL DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN A ABRIREM UM NOVO NEGÓCIO.....	46
4.16	PERCENTUAIS DE EMPREENDEDORES QUE POSSUEM OUTROS NEGÓCIOS.....	48
4.17	EMPREENDEDORES QUE DESENVOLVEM OUTRAS ATIVIDADES DE SUSTENTO FAMILIAR	49
4.18	TIPOS DOS EMPREENDIMENTOS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	49
4.19	PERCENTUAL DE CARACTERIZAÇÃO DAS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS NOS EMPREENDIMENTOS DA AVENIDA AYRTON SENNA DA CIDADE DE NATAL– RN.....	52
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
	REFERÊNCIAS	55
	ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS EMPREENDIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE RAFAEL FERNANDES – RN.	58

1 INTRODUÇÃO

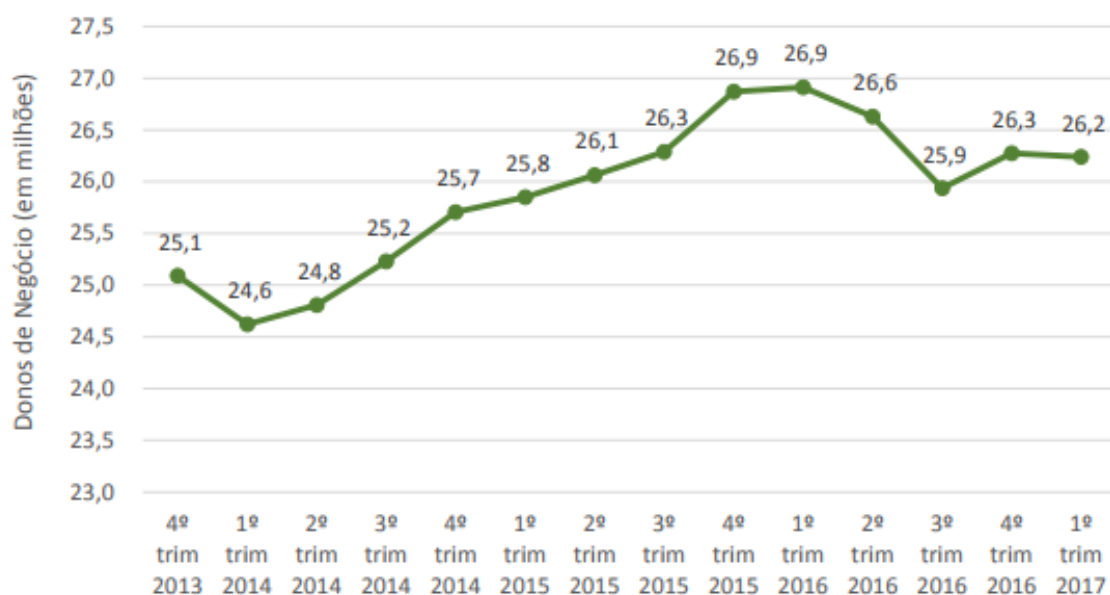
A sociedade busca constantemente melhoria na qualidade de vida e com isso torna-se mais exigente na hora de buscar melhores produtos, com preços justos. Foi a partir das suas necessidades que o capitalismo foi consolidado, desta forma a globalização surge com um leque de novas possibilidades, aumentando a concorrência e obrigando as empresas a ofertarem produtos de qualidade para não perder o mercado consumidor.

Segundo Schumpeter (1982), o empreendedor atua para reformar ou revolucionar um produto, processo, que em outras palavras, quebrar os parâmetros conhecidos. O empreendedorismo foi o grande responsável por mudança significativa no mercado, à força do mesmo eleva a concorrência, causando impactos positivos aos seus consumidores, que cada vez mais está ficando mais exigente.

A exigência que ocorre no mercado hoje reflete o desenvolvimento do mesmo, onde a oferta ficou mais diversificada e o cliente mais exigente. Esse fenômeno foi desenvolvido ao longo da criação de novos negócios, operações, técnicas, produtos, nichos de mercados, entre outros. Ao pensar no empreendedor pode-se aponta-lo como um realizador de sonhos.

O avanço das tecnologias, os novos meios de pesquisa e de gerenciamento, permite um leque ainda maior de possibilidades de negócios, oferecendo possibilidade do crescimento de empreendedores no mundo. No Brasil ocorreu um grande aumento de empreendedores que desejam colocar suas ideias em prática, de acordo com a pesquisa feita pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM), esse avanço na quantidade de pessoas com esse perfil, vem evoluindo, como pode ser observado no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Evolução no número de empreendedores



Fonte: SEBRAE a partir da PNAC (IBGE, 2017)

Levando em consideração o crescimento do empreendedorismo no Brasil é importante o estudo dos centros comerciais das cidades do estado do Rio Grande do Norte para dimensionar o perfil dos empreendedores e, assim, obter resultados relevantes para que orientem a tomada de decisão e sirvam de orientação a criação de Leis que beneficiem o comércio local e regional, que gerem impacto no desenvolvimento socioeconômico da região.

Desta forma o presente trabalho tem como objetivo realizar um diagnóstico do atual perfil dos empreendedores que compõem o centro comercial da Av. Ayrton Senna, na cidade de Natal – RN, como forma de prover informações que orientem políticas públicas para o setor, assim como fornecer subsídios a tomada de decisão para instalação e expansão de novos empreendimentos, reduzindo o risco de insucesso para estes investimentos no processo de implantação.

O trabalho é essencial na busca de um comparativo entre o comércio da Avenida Ayrton Senna, localizada na cidade de Natal-RN, com outros pontos da cidade ou mesmo com municípios vizinhos. Assim, haverá o detalhamento da região e contribuirá com o projeto e pesquisa da Universidade Federal Rural do Semi-Árido.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Caracterizar e analisar o perfil dos empreendedores e empreendimentos existentes na Av. Ayrton Senna em Natal – RN, tendo em base o contexto central do cenário econômico estadual.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar as áreas de atuação comercial e de serviços;
- Conhecer as áreas de atuação;
- Averiguar o nível de atuação do gênero feminino e masculino no empreendedorismo;
- Mostrar como é feita a divulgação das empresas e possibilitar melhorias nessa divulgação;
- Analisar a distribuição por faixa etária nos empreendimentos;
- Avaliar o grau de inovação do comércio e serviços através do uso de tecnologias da informação;
- Elaborar uma visão das demandas e prováveis oportunidades de negócios.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O Rei de Portugal ordenou a repartição do Brasil no ano de 1530, onde ficaram conhecidas como capitanias hereditárias, em seguida a capitania em que estava localizada a região de Natal e de todo o estado do Rio Grande do Norte foi tomado pelos franceses, mas em seguida depois de muitas tentativas, os aliados da coroa portuguesa reconquistaram as terras no dia 25 de dezembro de 1597 e logo iniciaram a construção do forte dos reis magos. Com a conclusão do forte já se formava uma vila que foi nomeada como Cidade do Natal, esse nome refere-se ao dia em que Jerônimo de Albuquerque entrou com sua esquadra na barra do Potengi para recuperá-la (NATAL, 2019).

A cidade e região ainda passou pela invasão holandesa e chegou a ser chamada de Nova Amsterdã, com a saída dos holandeses Natal teve um crescimento muito lento, mas tudo mudou durante a Segunda Guerra Mundial que foi utilizada pelos norte-americanos como base militar, já que é o ponto do Brasil mais próximo da Europa. Natal iniciou uma crescente expansão e começou a ser reconhecida como metrópole internacional e com o passar dos anos suas belezas naturais começaram a atrair cada vez mais turistas do Brasil e mundo (NATAL, 2019).

2.1 RESSALTANDO PONTOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo para O GEM (2008, p. 134), refere-se a “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas”.

Os empreendedores ainda podem ser definidos a partir da “análise de como, por quem e com que efeitos, as oportunidades para criar bens e serviços futuros são descobertas, avaliadas e exploradas” (Shane e Venkataraman, 2000, p. 218).

De acordo com os pensamentos de Hisrich, Peters, Shepherd (2009, p. 664), empreender tem como significado a inovação da geração valorizando as boas práticas e ideias revolucionárias, que com dedicação e esforços geram um novo negócio, além de significar responsabilidade de riscos financeiros, psíquicos e sociais equivalente.

“Para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo tal pessoa é geralmente impulsionada por certas forças – a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar a autoridade dos outros. Para alguns homens de negócios, um empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontrar melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir” (VESPER, 1975, p.2.).

O momento do surgimento do empreendedorismo foi no momento em que o homem observou a primeira oportunidade de ganhar recursos oferecendo outro em troca, surgindo através uma percepção diferenciada que leva aquelas pessoas a observar a demanda.

“A ideia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividade, tendências e desenvolvimento, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo” (BERNARDI, 2012).

“Trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente” [...] Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática (DRUKER, 1974).

2.1.1 Empreendedorismo no Brasil

Antes do surgimento de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e da Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex), que tinham os respectivos objetivos em oferecer apoio às novas e pequenas empresas e prestar consultoria com o propósito de prevenir problemas futuros e, levar as empresas de software do país ao exterior. Foi nessa época, na década de 90, que o movimento do empreendedorismo se intensificou e se desenvolveu, pois antes disso praticamente não se dialogava sobre empreendedorismo, nem na criação de pequenas empresas, uma vez que o país não obtinha oportunidades para as pessoas apostarem em negócios, ou seja, não era vantajoso arriscar o que se tinha em algo que não se sabia muito sobre (DORNELAS, 2007).

Desde 1999 com a participação de mais de 100 países é realizada no mundo uma pesquisa sobre empreendedorismo, que é a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), coordenado, no nível internacional, pelo Global Entrepreneurship Research Association (GERA). A pesquisa é feita com indivíduos, entre 18 e 64 anos, procurando identificar as

características dos que possuem algum tipo de negócio (ou estão fazendo algo para ter), seja formal ou informal.

De acordo com o SEBRAE (2017) o GEM adota a classificação de países estabelecida pelo Fórum Econômico Mundial – WEF (Global Competitiveness Report). Esta classificação utiliza indicadores sobre o tamanho do PIB, renda per capita e quota de exportação de produtos primários. E com base nesses indicadores os países são classificados em três grupos cujas características são:

- Países impulsionados por fatores: são caracterizados pela predominância de atividades com forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais;
- Países impulsionados pela eficiência: são caracterizados pelo avanço da industrialização e ganhos em escala, com predominância de organizações intensivas em capital;
- Países impulsionados pela inovação: são caracterizados por empreendimentos intensivos em conhecimento e pela expansão e modernização do setor de serviços.

O principal indicador do estudo é a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA), do inglês *Total EarlyStage Entrepreneurial Activity*. Os principais envolvidos são os chamados Empreendedores Nascentes e os Empreendedores Novos, que são indivíduos que realizaram ações recentes para ter um negócio ou que já tem um negócio com até três meses de operação e aqueles que têm um negócio com 3 a 42 meses de operação, respectivamente.

As taxas de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) dos países participantes do GEM são agrupados de acordo com as características de suas economias: impulsionados por fatores, eficiência ou inovação.

Num grupo de 65 países onde foi realizada a pesquisa da TEA, o Brasil obteve na colocação geral a 10ª posição, e dentre esses, num grupo de 32 países que foram “impulsionados por eficiência”, o país ocupou a 8ª colocação. Por outro lado, em termos de Taxa de Empreendedores Estabelecidos (TEE), que são aqueles com um negócio com mais de 42 meses de operação, o Brasil está na 3ª colocação no grupo dos 32 países “impulsionados por eficiência” e na 4ª colocação geral dos 65 países analisados em 2015 (SEBRAE, 2017. p. 8).

Tanto em relação à TEA quanto à Taxa de Empreendedores Estabelecidos (TEE), o Brasil está à frente de países como Argentina, México e dos demais componentes dos BRICS

(Rússia, Índia, China e África do Sul). Em termos de taxas de empreendedorismo também está à frente de países como Estados Unidos, França, Espanha, Alemanha e Itália. Evidenciando que, comparativamente, no Brasil, há uma porção parcialmente grande de indivíduos adultos envolvidos com o empreendedorismo. A qualidade deste, no entanto, ainda fica aquém do verificado em muitos desses países (SEBRAE, 2017. p. 9).

Dessa forma, é bastante explícito o quanto o empreendedorismo é importante para economia brasileira e apesar de obter bons resultados é interessante que se tenha a percepção que sempre há no que melhorar. Em virtude dessa importância, o empreendedorismo se propaga pelos populares que o enxergam como uma porta para sua evolução econômica e social, acarretando também na geração de empregos.

2.2 RETRATANDO OS TIPOS DE EMPREENDEDORISMOS

De acordo com Leite e Oliveira (2007) existem dois tipos de Empreendedorismo: o Empreendedorismo por Necessidade e o Empreendedorismo por Oportunidade, já Miner (1998), fala que existem quatro tipos de empreendedores: Os empreendedores realizadores; os surpreendedores; autênticos gerentes e geradores de ideias. Isso mostra que os autores não costumam concordar em quantos tipos existem em todo o mundo.

2.2.1 O empreendedor por necessidade

Esse tipo de empreendedor são os que abrem uma empresa por necessidade de ganhar dinheiro, pois não possuem outra forma de gerar renda. O empreendedor por necessidade é prejudicado de algumas formas, como por não possuir capacitação que inviabiliza o acesso a possíveis empregos, usam conhecimentos técnicos ou algo que considere uma possível necessidade de alguém e que essa ainda pague por isso (GEM, 2011).

GEM (Reynolds et al., 2002, p. 20): “certa maneira, forçados a iniciar seus próprios negócios porque inexistem quaisquer outras opções de trabalho ou porque as existentes são insatisfatórias”.

2.2.2 O empreendedor por oportunidade

Os empreendedores por oportunidade se caracterizam ao escolher por estabelecer um novo mercado no intuito de elevar sua renda, apesar destes possuírem outros meios de renda ou emprego, quando esse tipo de empreendedor observa um produto ou serviço, conseguem detectar, já que são ótimos observadores (Reynolds, Bygrave, & Autio, 2002, p. 20).

O empreendedor movido por oportunidade “é capaz de escolher um empreendimento dentre as opções possíveis de carreiras” (Reynolds, Bygrave, & Autio, 2002, p. 20).

2.2.3 O empreendedor realizador

Miner (1998, p.83), classifica essa categoria de empreendedor com atributos bem definidos, como: o dever de realizar algo, a vontade de feedbacks rápidos, iniciativas, comprometimento com a carreira, uma política individualista sem participação de terceiros, e ter como alvo principal a realização pessoal.

Ainda segundo o autor “o Realizador constitui o empreendedor clássico que confere muita energia ao seu local de trabalho, é dotado de forte iniciativa e compromisso com empresa e se dedica inúmeras horas no desempenho das suas funções”.

2.2.4 O empreendedor supervendedor

Conforme Miner (1998), todo empreendedor que possuem traços de um surpreendedor apresenta a utilidade de atender a todos seus clientes, objetivando os vínculos empresariais e pessoais, incentivando o trabalho em equipe. Seus principais atributos são: a aptidão em entender e partilhar sentimentos; dever de contribuir com a sociedade; apoio às causas sociais e a conveniência de manter relacionamentos consolidados.

A aptidão em entender e partilhar sentimentos com o próximo; a vontade de ajudar os outros; a certeza as ações sociais são muito importantes; a imposição em manter relações sólidas e positivas; convicção de que é fundamental a potencialização das vendas para ser posto em prática o plano da empresa (NETO; SIQUEIRA E BINOTTO, 2011).

2.2.5 O empreendedor autêntico gerente

Os autores Vieira, Hoeltgebaum e Machado (2005), afirmam que para ser um genuíno empreendedor gerente, precisa ter como qualidades a autoridade e condutas positivas de um líder, ser determinado, ser competitivo, almejar poder e destaque.

Segundo os estudos feitos por Miner (1998), o empreendedor autêntico adquire responsabilidades, competitivo, e um líder preciso, decidido, positivo, focado, competitivo, transformando positivamente a vida da empresa melhor.

2.2.6 O empreendedor gerador de ideias

São formadores de ideias, tendem a priorizar o avanço de possibilidades de ideias criativas e diferenciadas no mercado, seja em serviços ou produtos (VIEIRA; HOELTGEBAUM; MACHADO, 2005).

Miner (1998) destaca que esse tipo de empreendedor tem características como ser inovador nas ideias, sempre assumindo riscos, inovando o mercado. São características primordiais, para eles tudo que possa ser oportunidade ou que possa ser aplicado na estratégia da empresa já é um ponto a serem exploradas, mesmo não sendo de fácil acesso e adaptação no mercado, as grandes mudanças, no mercado e na tecnológica, já existem aqueles que querem explorar esse meio.

2.3 EMPREENDIMENTOS

2.3.1 Microempreendedor individual (MEI)

Uma empresa se encaixa no termo Microempreendedor individual, quando está de acordo com os critérios estabelecido pela Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, critérios como: não ter participação em outra empresa como sócio ou titular; ter um faturamento anual de até R\$ 60 mil; só pode ter um funcionário e ganha no máximo um salário mínimo; entre outros.

Isso vem como forma de estimular os empreendedores a legalizar seu empreendimento, garantindo os seus direitos (SEBRAE, 2019).

“Art. 18-A. § 1º Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se MEI o empresário individual a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), que tenha auferido receita bruta, no ano calendário anterior, de até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar pela sistemática prevista neste artigo. §2º No caso de início de atividades, o limite de que trata o § 1º será de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) multiplicados pelo número de meses compreendido entre o início da atividade e o final do respectivo ano calendário, consideradas as frações de meses como um mês inteiro” (BRASIL, 2008).

Com o avanço das possibilidades do desenvolvimento da tecnologia e de técnicas o mercado empreendedor expandiu-se, onde a maioria dos negócios inicia-se como MEI. Em seguida a empresa um pouco maior que a MEI é o Micro e pequenas empresas (MPE).

2.3.2 Micro e pequenas empresas (MPE)

A Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, aponta características que diferencia o porte das Micro e Pequenas Empresas (MPE). A Lei afirma:

“consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que: I - no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e II - no caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta 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)”.

De acordo com o SEBRAE (2019), esse tipo de empresa pode ser do seguimento comércio, serviços ou indústrias, onde podem se encaixar em várias áreas como, administrativo, trabalhista, desenvolvimento empresarial, entre outros.

“A microempresa será a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário, a receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e com no setor do comércio ou serviços o microempreendedor poderá ter até 9 empregados” (SEBRAE 2019).

Um dos principais pilares que sustenta a economia brasileira são as MPE's, por ter uma abrangente capacidade de gerar empregos para a população e ainda consegue expandir-se por uma grande vastidão geográfica (KOTESKI, 2004).

2.3.3 Pequenas e Médias Empresas (PME)

Esse tipo de empreendimento ainda não possui uma legislação que garanta os seus direitos, o SEBRAE (2019) caracteriza esse tipo de empresa como empreendimento que deve ter de 50 a 99 funcionários, mostrando a sua importância na geração de empregos para o país.

Segundo o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) (2019), aposta um faturamento anual necessário para estar na classificação de Pequenas e Médias Empresas, devem possuir um faturamento maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões.

2.3.4 Empresas de grande porte

De acordo com o BNDES (2019), as empresas de Grande empresa conseguem faturamento anual mais de R\$ 300 milhões. O SEBRAE (2019) acrescenta que a empresa deve ter mais que 99 funcionários no setor de serviços e para a indústria a organização deve possuir mais que 499 funcionários.

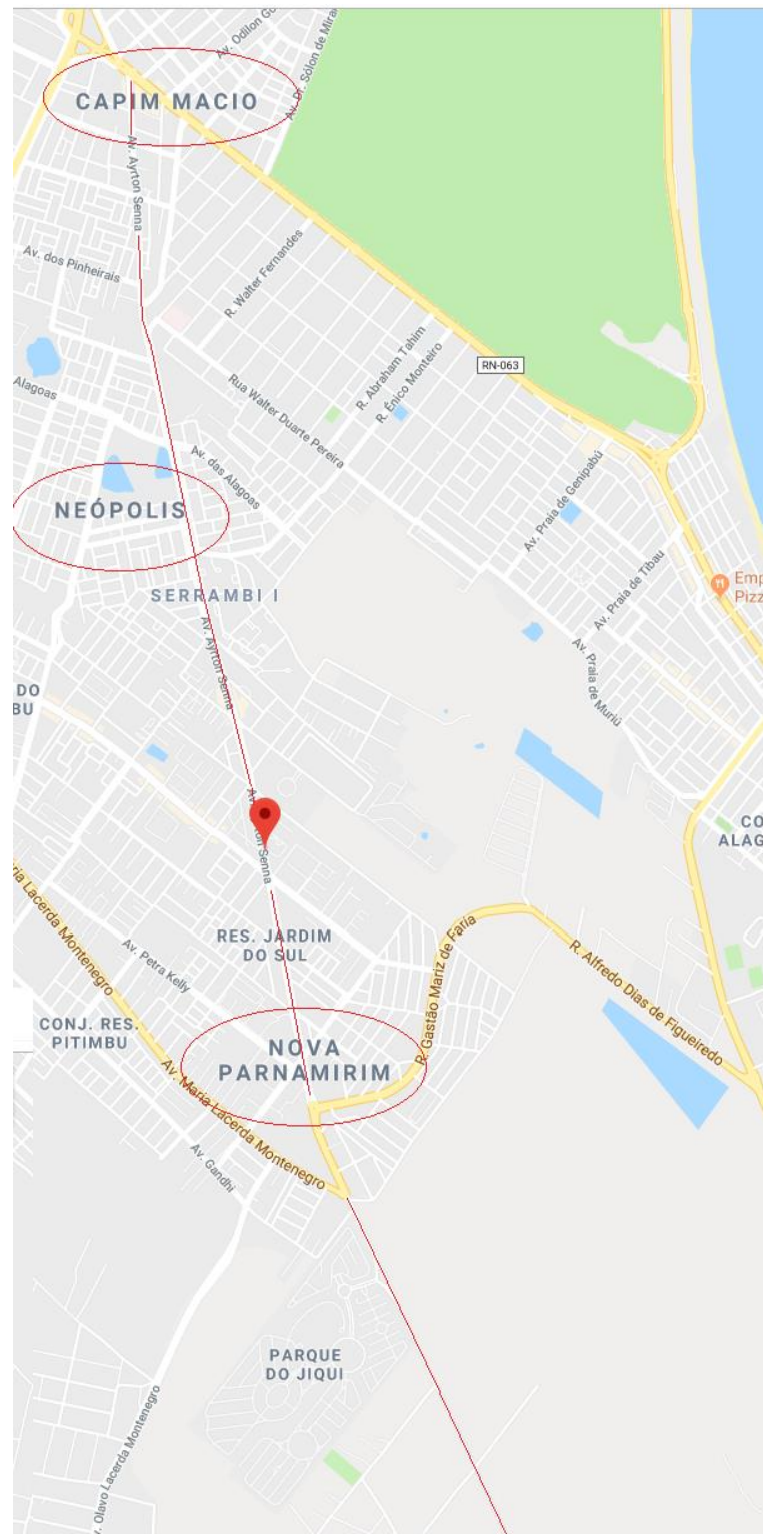
3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

A pesquisa foi realizada na cidade de Natal-RN, que possuem cerca de 877.640 pessoas, de acordo com a projeção realizada em 2018 pelo IBGE. A cidade teve, em 2016, um PIB per capita de R\$ 24.890,54, geograficamente tem 167,264 km². A pesquisa é voltada para uma das avenidas mais movimentadas da cidade, a Av. Ayrton Senna, que atravessa diversos bairros em um percurso de 5,7 Km, com início em Capim Macio, passa por Neópolis, ambos bairros localizados em Natal, e tem seu fim em Nova Parnamirim (Bairro de Parnamirim/RN) (FIGURA 1) (TRIBUNA DO NORTE, 2011).

A avenida recebeu este nome em homenagem ao piloto de F1, Ayrton Senna. Hoje essa avenida comporta diversos empreendimentos.

Figura 1 - Seguimento da Avenida Ayrton Senna



FONTE: Google Maps (2019)

Em destaque acima temos todo o percurso da Avenida Ayrton Senna, em vermelho.

3.2 TIPO DE PESQUISA

O trabalho refere-se a uma abordagem qualitativa, pois abrange uma detalhada análise bibliográfica, documentais e uma pesquisa de campo. Na pesquisa de campo é aplicado um questionário com perguntas objetivas direcionadas aos empreendedores dos empreendimentos.

O trabalho ainda conta com uma análise dos dados, onde posteriormente irá passar por uma análise criteriosa dos dados referente à pesquisa quantitativa, onde “a pesquisa quantitativa é baseada na medida (normalmente numérica) de poucas variáveis objetivas, na ênfase em comparação de resultados e no uso intensivo de técnicas estatísticas” (WAINER, 2007).

3.3 COLETA DE DADOS

A coleta dos dados foi realizada no período de 24 de junho a 05 de julho de 2019. A ferramenta de pesquisa de campo utilizada foi um questionário, que se encontra no ANEXO A. O mesmo apresenta o propósito de traçar as características dos empreendedores, e foi aplicado aos empreendimentos localizados em uma Avenida da cidade de Natal-RN.

O questionário é composto de 25 questões objetivas e subjetivas com o objetivo de coletar de forma rápida e precisa, questionamentos referentes a: Faixa etária, escolaridade, idade do negócio, ramo do negócio, quantidade de funcionários, porte da empresa, uso de tecnologia, se é registrada junto à receita federal, tipo de negócio, caráter da empresa, como surgiu à ideia de empreender, entre outros.

A amostra constituiu de 50 empreendimentos que se encontram em funcionamento no centro do comercial da Avenida.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

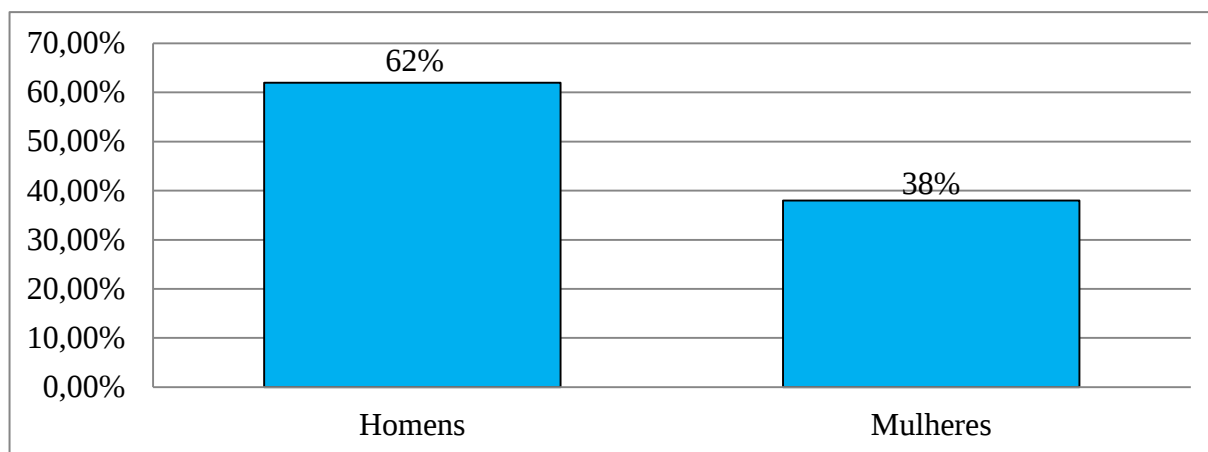
Com a coleta de dados realizada foi realizada a análise estatística descritiva, usando como ferramenta o pacote Microsoft Office, assim foi possível observar porcentagens e distribuí-la de acordo com os resultados atingidos.

4 RESULTADOS

4.1 DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO DOS EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL

De acordo com o GEM (2017), no Brasil apresenta que as atividades empreendedoras masculinas 51,5% é praticamente igual a feminina 48,5%. Com base nos dados obtidos a partir do questionário realizado com os 50 empreendimentos, constatou-se que, na Av. Ayrton Senna do município de Natal-RN a iniciativa por empreender é mais frequente no gênero masculino. Obteve-se um percentual de 62% para empreendedores masculinos e de 38% para empreendedores femininas, como pode ser visto no Gráfico 2.

Gráfico 2 - Distribuição dos empreendedores por gênero na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

De acordo com o IBGE (2016), em 2014, de um total de cerca de 24,9 milhões de pessoas trabalhavam com o seu próprio negócio cerca de 7,9 milhões (32%) eram mulheres e 17,0 milhões (68%) homens. Percebe-se que essas informações vão de acordo com o que foi levantado na pesquisa, Tabela 1.

Tabela 1 - Distribuição por gênero dos empreendedores na Avenida Ayrton Senna

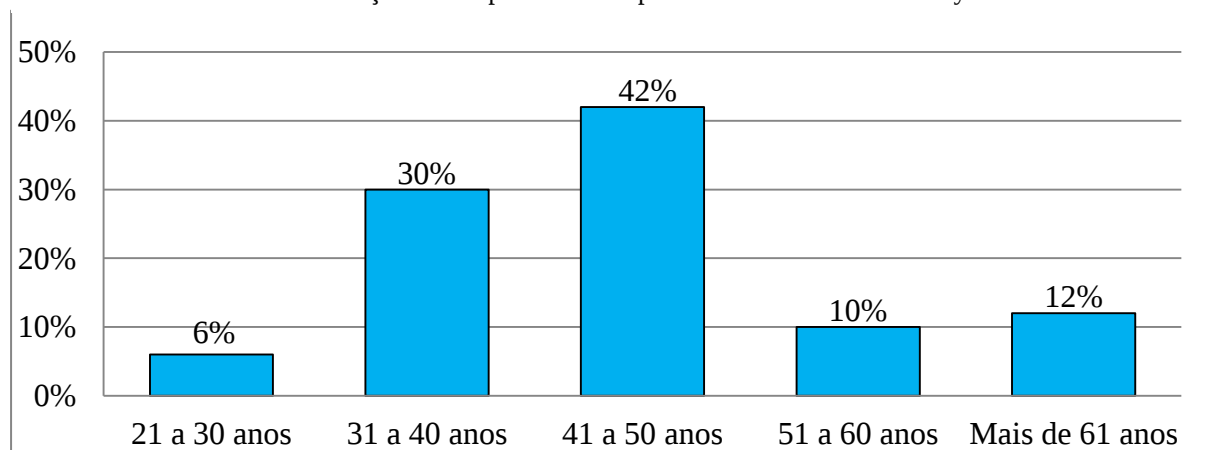
Gênero	Quantidades	Percentual (%)
Homens	31	62
Mulheres	19	38
TOTAL	50	100

Fonte: Autoria Própria (2019)

4.2 DISTRIBUIÇÃO POR FAIXA ETÁRIA DOS EMPREENDEDORES

De acordo com o IBGE (2016) no Brasil, entre 2001 e 2014, o número de donos de empreendimentos, cresceu 22% passando de 20,4 milhões para 24,9 milhões de pessoas. O forte crescimento a partir dos 30 anos no período foi impulsionado pela faixa etária de 50 a 59 anos, que apresentou crescimento de 57%. Fazendo uma comparação entre essas informações e os dados obtidos através do questionário, observa-se que a Avenida Ayrton Senna não possui as mesmas estatísticas, pois o número de empreendedores com a faixa etária de 50 a 59 anos é muito pequena, cerca de 10%, Gráfico 3.

Gráfico 3 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Os empreendedores com idade entre 41 e 50 anos representam cerca de 42% dos entrevistados, o que mostra um interesse maior de pessoas mais experientes em investir no

seu próprio negócio. E com 30% temos os empreendedores com a idade entre 31 e 40 anos, Tabela 2.

Tabela 2 - Distribuição dos empreendedores por faixa etária na Avenida Ayrton Senna

Tempo (ano)	Quantidades	Percentual (%)
Até 20 anos	0	0
21 a 30 anos	3	6
31 a 40 anos	15	30
41 a 50 anos	21	42
51 a 60 anos	5	10
Mais de 60 anos	6	12
TOTAL	50	100

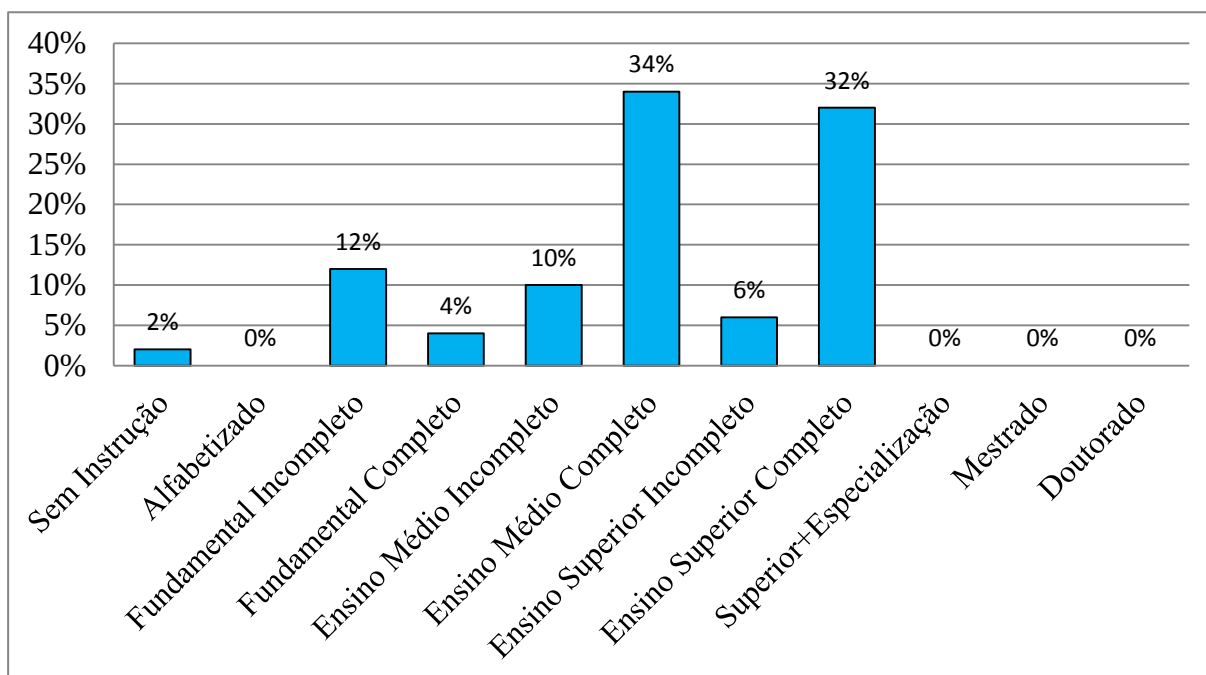
Fonte: Autoria Própria (2019)

É importante ressaltar a falta de empreendedores abaixo de 20 anos, isso pode ocorrer por diversos fatores, como o foco nos estudos, falta de interesse ou mesmo falta de oportunidades para esses jovens entrarem no mercado.

4.3 GRAU DE ESCOLARIDADE DOS EMPREENDEDORES

Segundo o IBGE (2015), entre 2003 e 2013, os proprietários com ensino superior incompleto ou mais, cresceu 59%, de 2,2 milhões passaram a ser 3,5 milhões de empreendedores que observam a necessidade de capacitação superior. Na Avenida Ayrton Senna cerca de 32% dos entrevistados possui escolaridade superior completa e outros 6% têm ensino superior ainda não completo, os dados apresentam uma estatística de que há uma parcela significativa de empreendedores com elevado nível de instrução, como observado no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Distribuição dos empreendedores por escolaridade na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2018)

Ainda de acordo com IBGE (2015), a quantidade de empreendedores com ensino fundamental incompleto caiu cerca de 18% variando de 12,7 milhões para 10,4 milhões de pessoa. O estudo realizado apresenta um percentual diferente, onde a quantidade de pessoas com fundamental incompleto (12%) é maior do que os que possuem fundamental completo (4%), como é descrito na Tabela 3.

Tabela 3 - Distribuição dos empreendedores por escolaridade na Avenida Ayrton Senna

Escolaridade	Quantidades	Percentual (%)
Sem Instrução	1	2
Alfabetizado	0	0
Fundamental incompleto	6	12
Fundamental completo	2	4
Ensino Médio incompleto	5	10
Ensino Médio completo	17	34
Ensino Superior incompleto	3	6
Ensino Superior completo	16	32
Superior + Especialização	0	0
Mestrado	0	0
Doutorado	0	0
TOTAL	50	100

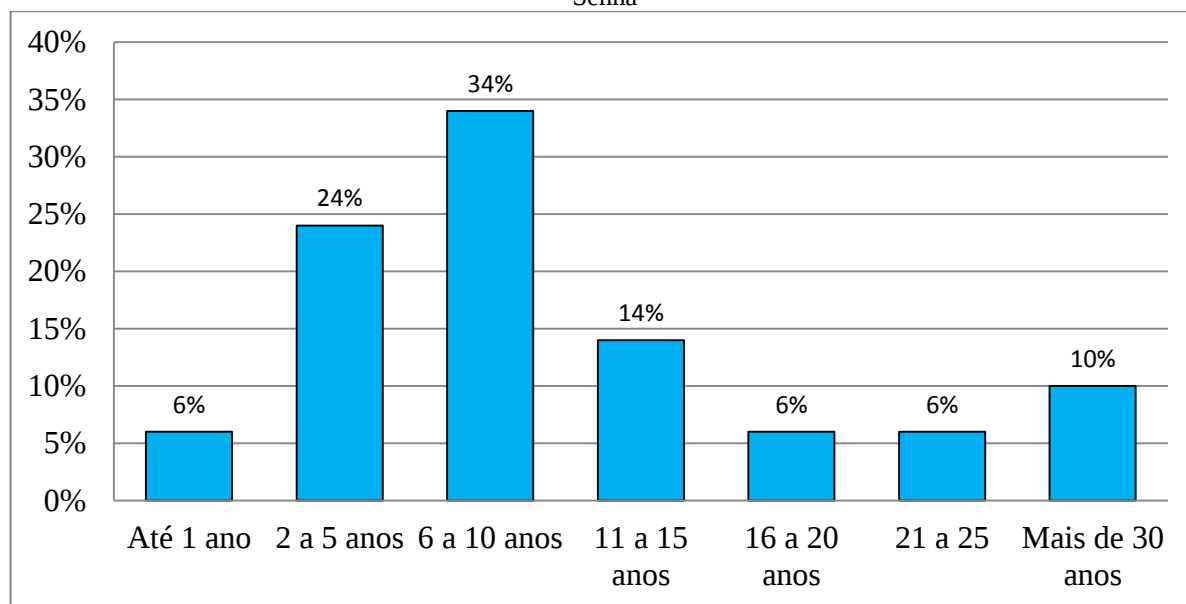
Fonte: Autoria Própria (2019)

4.4 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO A TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS

Dados fornecidos pela SEBRAE (2013), o tempo de funcionamento das empresas com até dois anos de atividade foi de 76,6%, sendo a maior taxa de sobrevivência já vista de empresas com até dois anos que surgiram entre 2008 e 2012 (Gráfico 5).

É significativo a porcentagem de empreendimentos com idade entre 2 a 5 anos, totalizando 24% dos entrevistados, como está representado no Gráfico 5.

Gráfico 5 - Distribuição dos empreendimentos segundo a taxa de sobrevivência das empresas na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Também é importante frisar o número de empreendimentos com um maior tempo de sobrevivência, principalmente quando se avalia as empresas de 6 a 10 anos e os acima disso. Os donos dos empreendimentos com mais de 10 anos de funcionamento, alegam que a sobrevivência das suas empresas se deu por um bom gerenciamento e a continuidade dos negócios pelos herdeiros, totalizando 36%, como está representado na Tabela 4.

Tabela 4 - Distribuição dos empreendimentos segundo a taxa de sobrevivência das empresas na Avenida Ayrton Senna

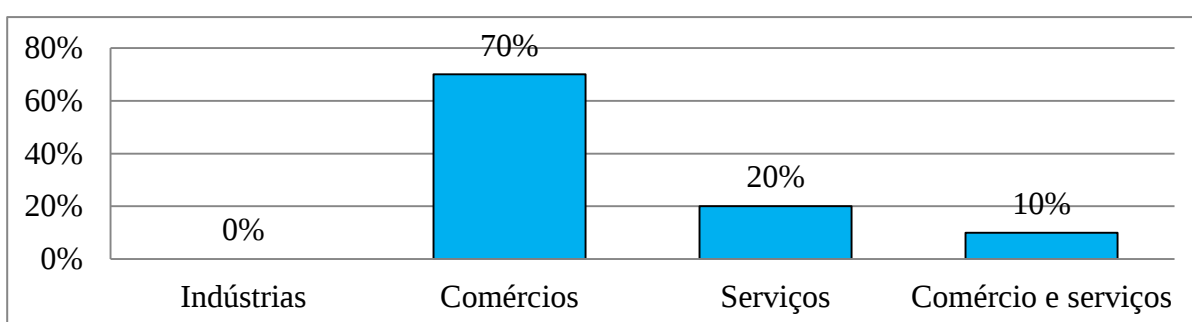
Tempo (anos)	Quantidades	Percentual (%)
Até 1 ano	3	6
2 a 5 anos	12	24
6 a 10 anos	17	34
11 a 15 anos	7	14
16 a 20 anos	3	6
21 a 25 anos	3	6
Mais de 30 anos	5	10
TOTAL	50	100

Fonte: Autoria Própria (2019)

4.5 DISTRIBUIÇÃO POR RAMO DE ATIVIDADE

Com base nos dados obtidos através do questionário realizado nos empreendimentos localizando na Avenida Ayrton Senna da cidade de Natal-RN, as principais atividades presentes na pesquisa são do ramo de comércio, totalizando cerca de 70%, exposta no Gráfico 6.

Gráfico 6 - Distribuição dos empreendedores por atividade na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Ainda de acordo com o SEBRAE (2015), contatou-se que o setor de serviços também cresceu e apresentou 20% empreendimentos com foco em serviços, fazendo uma comparação com o estudo realizado na Av. Ayrton Senna, a mesma se mostra dentro dessa realidade, existindo um percentual de 20% de empresas no setor de serviços, Tabela 5.

Tabela 5 - Distribuição dos empreendedores por atividade na Avenida Ayrton Senna

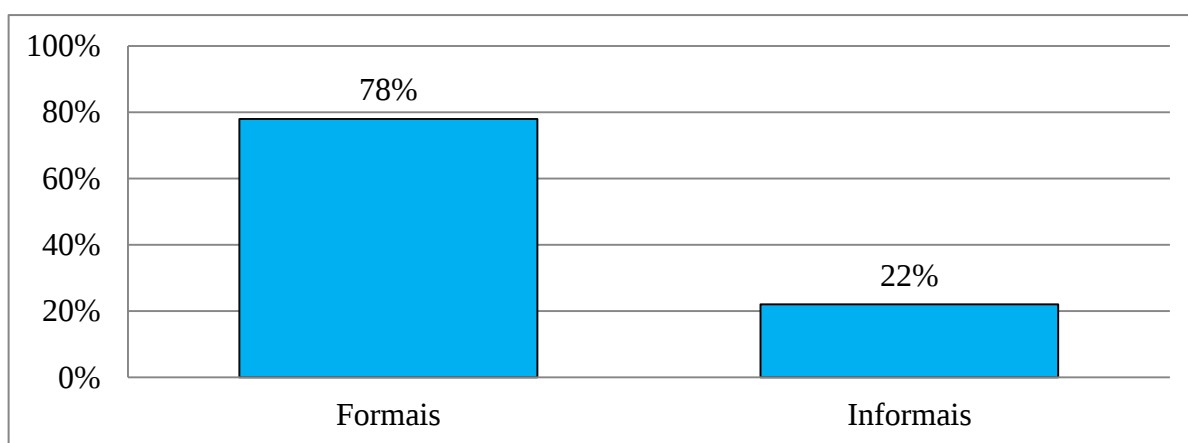
Ramo	Quantidades	Percentual (%)
Indústria	0	0
Comércio	18	72
Serviços	4	16
Comércio e serviços	3	12
TOTAL	50	100

Fonte: Autoria Própria (2019)

4.6 PERCENTUAIS DOS EMPREENDIMENTOS FORMAIS

No intuito de garantir os seus direitos e manter uma licença de funcionamento de acordo com as leis da região em que se encontram, as empresas necessitam manter em dia todas as documentações dentre elas o CNPJ. De acordo com a pesquisa GEM (2016), o percentual de empreendedores que declararam ter CNPJ é de 17,5%, apresentando uma queda em relação a pesquisa GEM (2014) que identificou 20,2% de empresas legalizadas. O Gráfico 7 apresenta que no decorrer da Avenida Ayrton Senna 78% dos empreendimentos são legalizados.

Gráfico 7 - Percentuais dos empreendimentos registrados junto à receita federal, JUCERN ou FIERN na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Por outro lado, 22% dos empreendedores afirmaram que não possuem o registro de sua empresa, Tabela 6. Muitos afirmaram que o registro não foi realizada pela piora da situação econômica que vive o país e a incertezas que o Brasil vive politicamente, a aprovação da nova previdência é apontada como uma das causas da decadência. Foram questionados se havia o interesse em legaliza-las, todos afirmaram que sim.

Tabela 6 - Percentuais dos empreendimentos que possuem registro (CNPJ) na Avenida Ayrton Senna

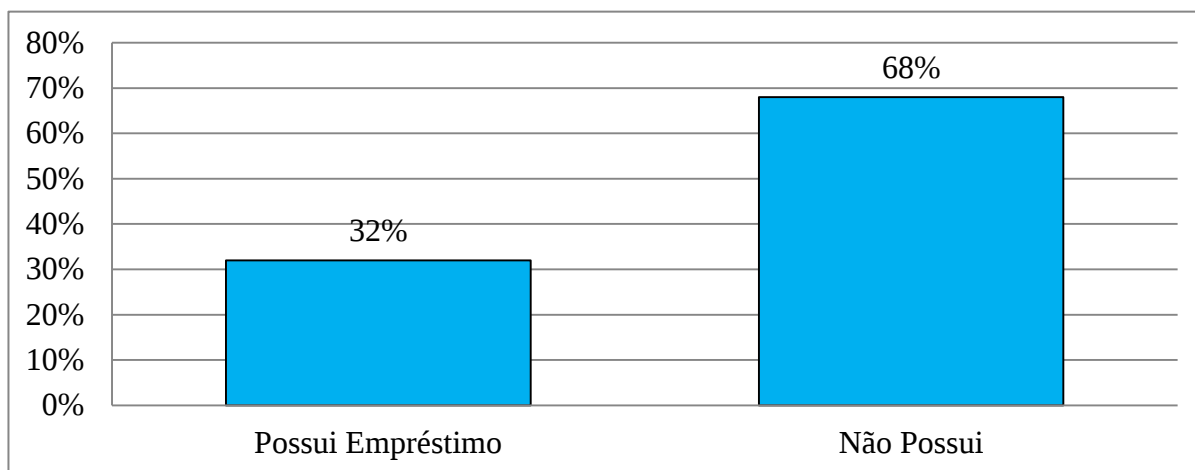
Registradas	Quantidades	Percentual (%)
Formais	39	78
Informais	11	22
TOTAL	50	100

Fonte: Autoria Própria (2019)

4.7 PERCENTUAIS DAS EMPRESAS QUE REALIZARAM EMPRÉSTIMOS PÚBLICOS

O SEBRAE (2015), apontou em estudo que a maioria das empresas buscam por empréstimos após sua formalização com intuito de se estabelecer no mercado, resultando num percentual de 84%, onde foi observado um aumento de 7% em relação a pesquisas anteriores. Na pesquisa realizada na Avenida Ayrton Senna apenas 32% dos empreendimentos possuem empréstimos públicos.

Gráfico 8 - Percentuais das empresas que realizaram empréstimos públicos na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Mesmo o empréstimo sendo uma das ferramentas que colabora com a abertura de uma empresa o mesmo não é tão comum entre os empresários da Avenida Ayrton Senna, mas eles não descartam a possibilidade de um dia realizá-lo para auxiliar em alguma dificuldade

ou mesmo expansão da empresa. Sabendo disso, 32% dos empreendedores constam possuir empréstimos, visto na Tabela 7.

Tabela 7 - Percentuais das empresas que realizaram empréstimos públicos na Avenida Ayrton Senna

Realizam empréstimo público	Quantidades	Percentual (%)
Possui Empréstimo	16	32
Não Possui	34	68
TOTAL	50	100

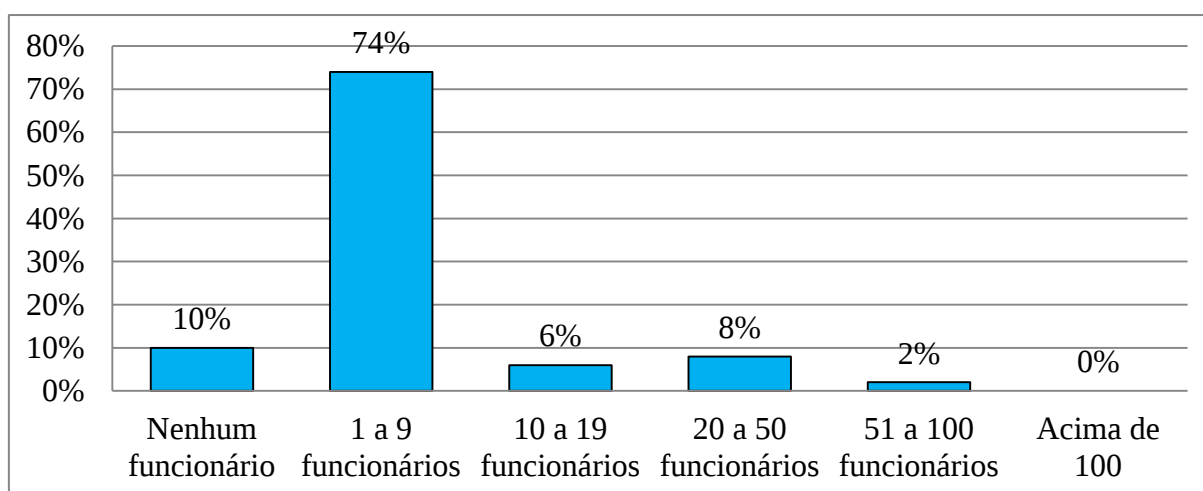
Fonte: Autoria Própria (2019)

4.8 DISTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS EM FUNÇÃO DO NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

São vários os tipos de portes das empresas e uma forma de diferenciar é a partir do número de funcionários, como por exemplo, empresas do tipo MEI são caracterizadas por ter no máximo um empregado registrado e o MEP por possuir de 1 a 9 funcionários.

Com o estudo realizado foi observado que 74% dos seus estabelecimentos têm até 9 funcionários, mostrando a predominância de empresas de MEP, abordado no Gráfico 9.

Gráfico 9 – Distribuição das empresas em função do número de funcionários na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Na Avenida Ayrton Senna, apenas 10% dos empreendimentos não possuem empregados e 8% dos entrevistados possuem de 20 a 50 funcionários, observando-se a geração de empregos no decorrer da avenida, disposta na Tabela 8.

Tabela 8 - Distribuição das empresas em função do número de funcionários na Avenida Ayrton Senna

Número de funcionários	Quantidades	Percentual (%)
Nenhum	5	10
1 a 9	37	74
10 a 19	3	6
20 a 50	4	8
51 a 100	1	2
Acima de 100	0	0
TOTAL	50	100

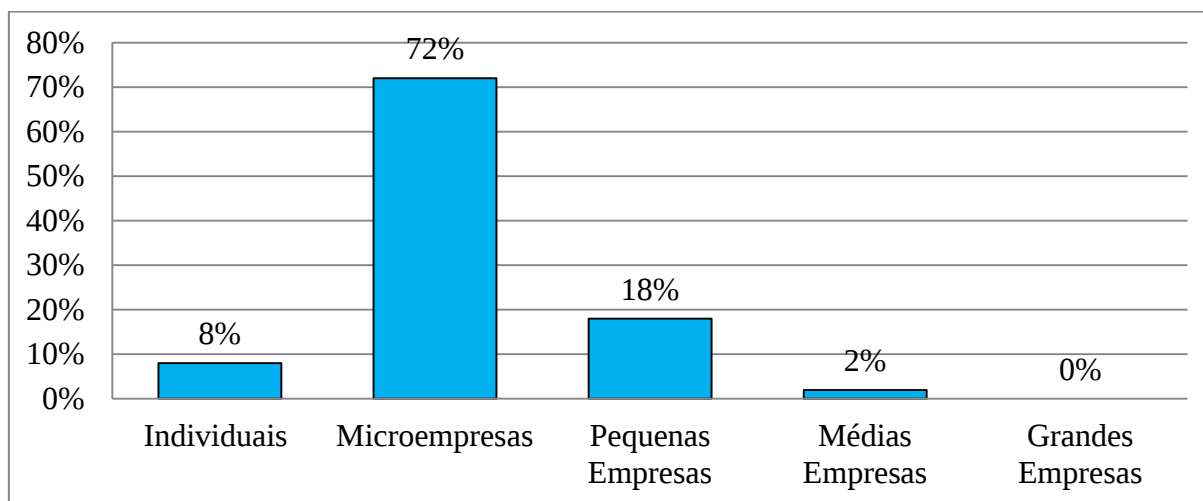
Fonte: Autoria Própria (2019)

4.9 CLASSIFICAÇÃO DO PORTE DOS EMPREENDIMENTOS

Quando uma empresa é registrada é necessário escolher em que categoria se encaixa o seu negócio, assim a empresa tem seus direitos garantidos. Para isso, o empreendimento deve estar de acordo com as características dos portes, como, por exemplo, Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP). De acordo com a DATASEBRAE (2017), estimou-se que no ano de 2017 o Brasil fechou com cerca de 12.952.845 de negócios, desses negócios estão estabelecidas empresas de todos os portes.

Onde na categoria MEI teve um registro de 7.678.661 empresas, ME com 4.143.505, e as EPP atingiu 1.130.679. Na pesquisa realizada na Avenida Ayrton Senna, a categoria do tipo microempresas ficou a frente com 72%, como apresentado no Gráfico 10.

Gráfico 10 – Distribuição dos empreendimentos de acordo com o porte na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Na pesquisa ainda foi observado a presença de uma empresa de porte Médio e foram quatro os empreendimentos do tipo pequenas empresas, Tabela 9.

Tabela 9 – Distribuição dos empreendimentos de acordo com o porte na Avenida Ayrton Senna

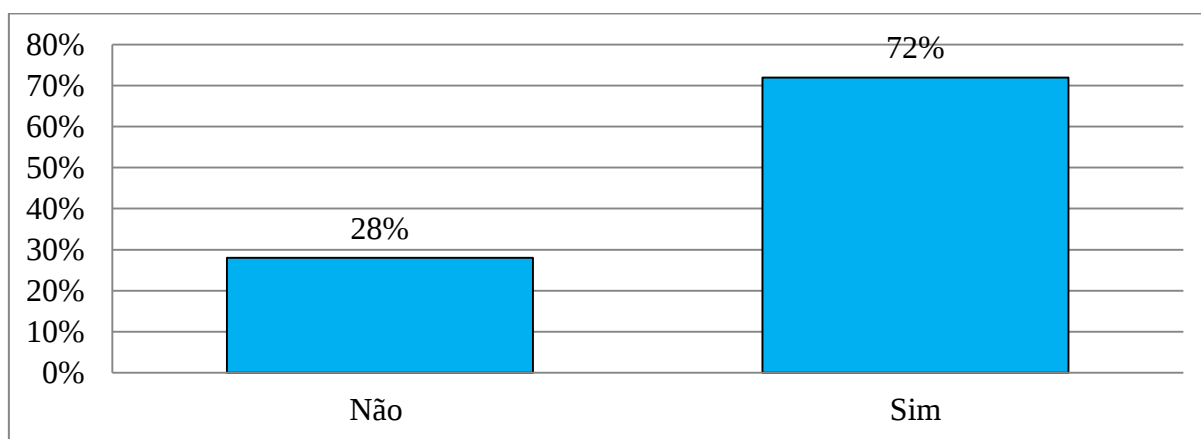
Realizam empréstimo público	Quantidades	Percentual (%)
Individuais	4	8
Microempresas	36	72
Pequenas Empresas	9	18
Médias Empresas	1	2
Grandes Empresas	0	0
TOTAL	50	100

Fonte: Autoria Própria (2019)

4.10 DISTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS QUE FAZEM USO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

É evidente a diferença de empresas que fazem uso de tecnologia na Avenida Ayrton Senna, com o intuito de melhorar o desempenho, representando 72%, Gráfico 11. Segundo SEBRAE/SE (2017), as tecnologias são utilizadas como uma solução que auxilia em todos os processos de serviços ou fabricação, além de melhorar o atendimento ao cliente.

Gráfico 11 – Porcentagem dos empreendimentos que fazem o uso de tecnologias da informação



Fonte: Autoria Própria (2019)

Devemos ressaltar que em muitos casos os empreendedores usam tecnologia tanto para uso pessoal como na empresa, cerca de 38% dos entrevistados utilizam computador e/ou celular tanto para empresa como para o lazer.

É importante frisar, é que dentre os aplicativos mais utilizados estão os Software específicos para empresa (53% dos que utilizam), planilha eletrônica e software como o Word (9% dos que utilizam).

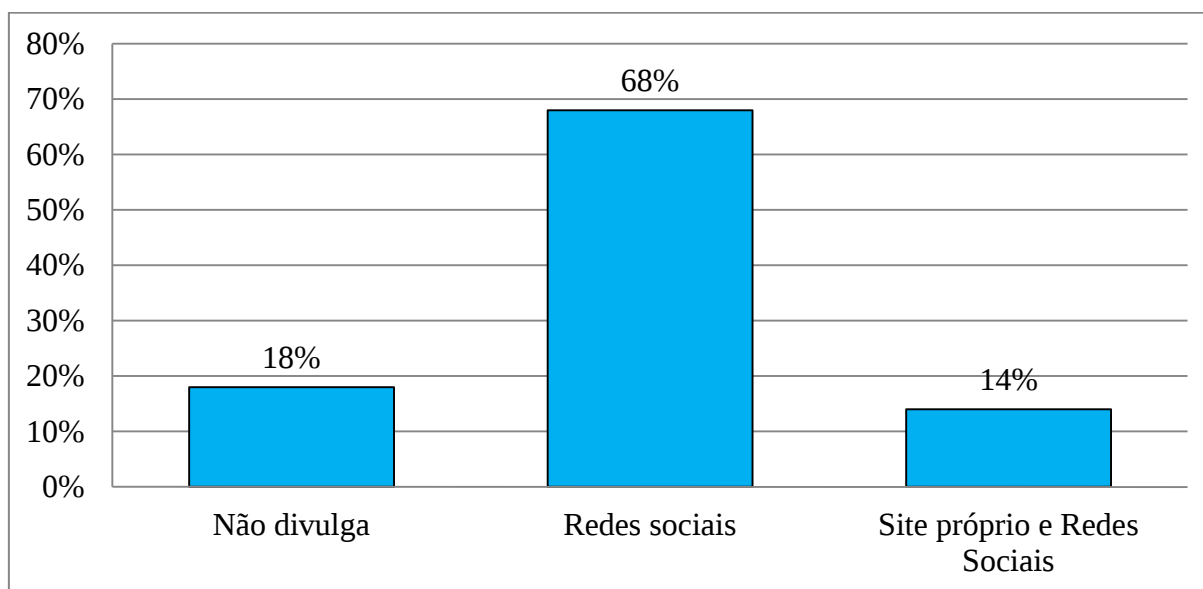
4.11 DIVULGAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS

Com uma variedade de tecnologias que temos acesso nos dias de hoje existem diversas formas de divulgar as empresas, sejam por site, redes sociais, panfletagem, etc. Os tipos de divulgação costumam variar de acordo com o perfil de cliente alvo, precisando de um mecanismo de divulgação voltado para os clientes (SEBRAE/AP, 2017).

Com a pesquisa realizada foi observado que na Avenida Ayrton Senna a forma de divulgação que predomina são as redes sociais, com 69%, isso por se tratar de ferramentas

muitas vezes gratuitas e hoje atingem mais público do que as formas tradicionais de divulgar. São apenas 18% das empresas que não fazem divulgação do seu negócio, Gráfico 12.

Gráfico 12 - Divulgações dos empreendimentos



Fonte: Autoria Própria (2019)

Ainda foi observado que 13% das empresas utilizam sites próprios e também as redes sociais, para atingir o máximo de clientes.

Tabela 10 – Divulgação dos empreendimentos

Tipo de divulgação do negócio	Quantidades	Percentual (%)
Não divulga	9	18
Redes Sociais	34	68
Site Próprio e Redes Sociais	7	14
TOTAL	50	100

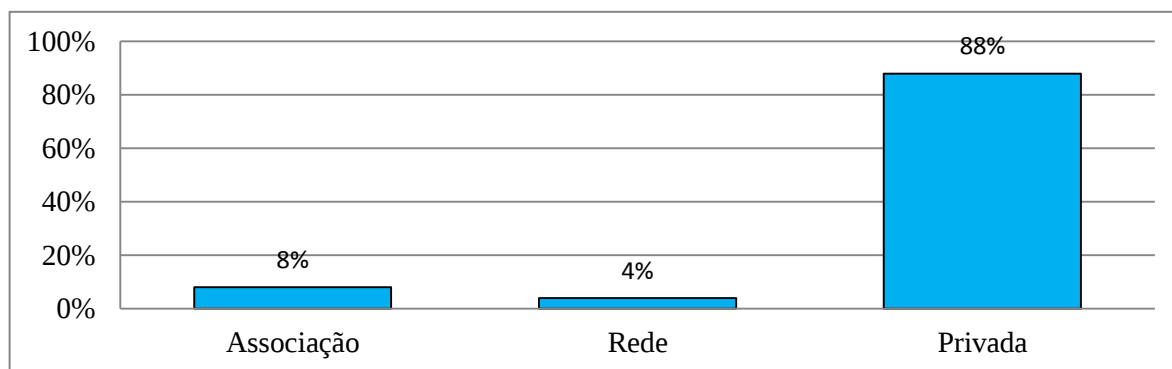
Fonte: Autoria Própria (2019)

4.12 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO O CARÁTER DAS EMPRESAS

Em uma pesquisa realizada pelo SEBRAE no ano de 2012, foi feito um levantamento sobre o caráter das empresas e assim observar como o mercado está funcionando. Esse tipo de pesquisa ajuda a sociedade e traz benefícios, como obter informações corretas, entender as necessidades dos empreendimentos e possibilitar dados para estudos para possíveis mudanças nas leis para as empresas se desenvolverem.

Depois de um estudo realizado pelo SEBRAE (2012), foi feito um levantamento dos caracteres empresariais que mais se destaca no mercado brasileiro, foi observado que as empresas do tipo associação surgem com 57,7% dos empreendimentos. O que foi observado no estudo realizado na Avenida Ayrton Senna empresas do caráter associação só foram encontrados 8% de empresas desse tipo, como é exposto no Gráfico 13.

Gráfico 13 - Distribuição dos empreendimentos segundo o caráter das empresas



Fonte: Autoria Própria (2019)

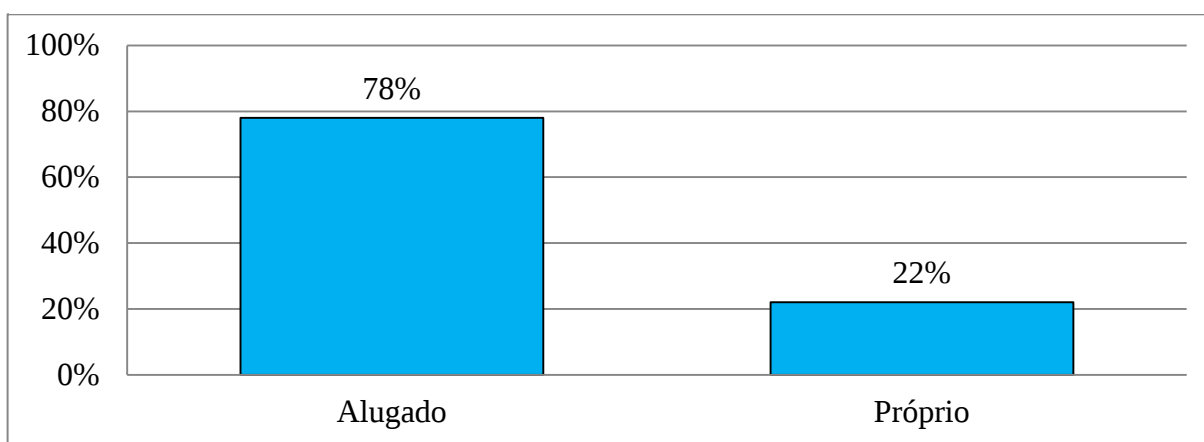
O setor privado se mostrou bem maior que os outros, com 88% (quarenta e quatro dos estabelecimentos visitados) e com apenas 4% (dois estabelecimentos visitados) fazem parte de uma rede.

4.13 CLASSIFICAÇÃO DOS IMÓVEIS DOS EMPREENDIMENTOS

Foi observado que na Avenida Ayrton Senna que os imóveis comerciais presentes são dos tipos próprios ou alugados.

No decorrer do tratamento dos dados, foi observado uma predominância dos prédios alugados, com 78% significa que 39 dos 50 empreendimentos estão localizando em ambientes alugados, visto no Gráfico 14.

Gráfico 14 – Distribuição dos empreendimentos conforme a natureza dos imóveis na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Ainda foi observado que 11 empresas das 50 em estudo, representa 22% de empreendimentos com locação própria, isso ocorre, pois, o empresário se preocupa em investir no seu negócio com esperança de longevidade e diminuir os gastos. No entanto, vale salientar que 78% dos empreendedores optam por investir no seu negócio a comprar o imóvel.

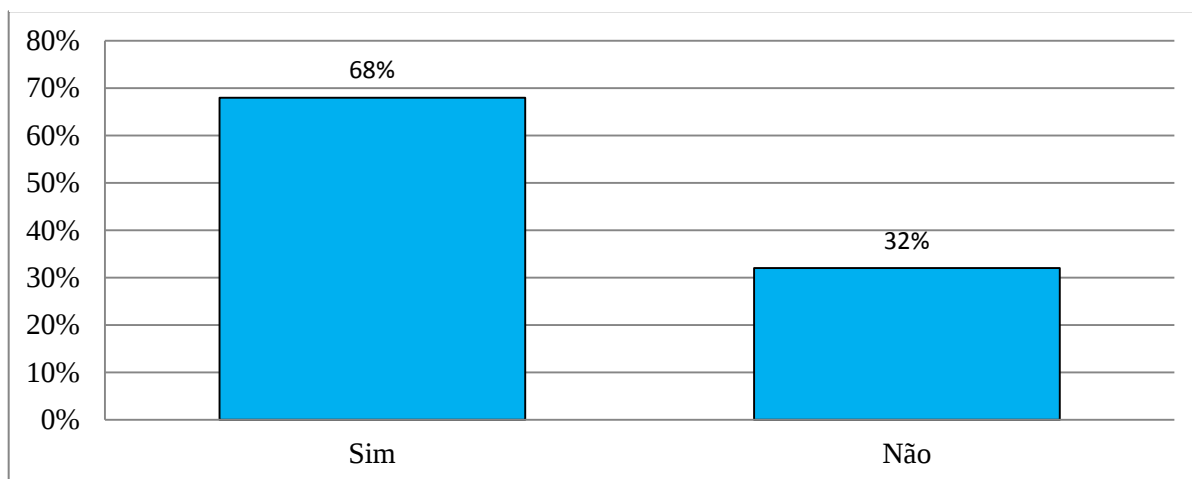
4.14 DISTRIBUIÇÕES DAS EMPRESAS QUE VISAM EM REALIZAR MELHORIAS OU DESENVOLVER ALGUM OUTRO NEGÓCIO

De acordo com Greatti e Senhorini (2000, p. 27 apud Jeffry Timmons in COHEN, 2000) os empreendedores são diferenciados em muitas características que só eles possuem, como terem muita energia para trabalhar, criatividade e sabe identificar e aproveitar uma oportunidade.

No gráfico 15, verifica-se que 68% (34 empreendedores) dos entrevistados desejam melhorar ou investir em outros empreendimentos. Pode-se levar em consideração que os

empreendedores são calculistas quando se trata de investimentos e novos desafios eles são dispostos a levar em consideração as oportunidades.

Gráfico 15 - Percentuais das empresas que visam em realizar melhorias ou desenvolver algum outro negócio



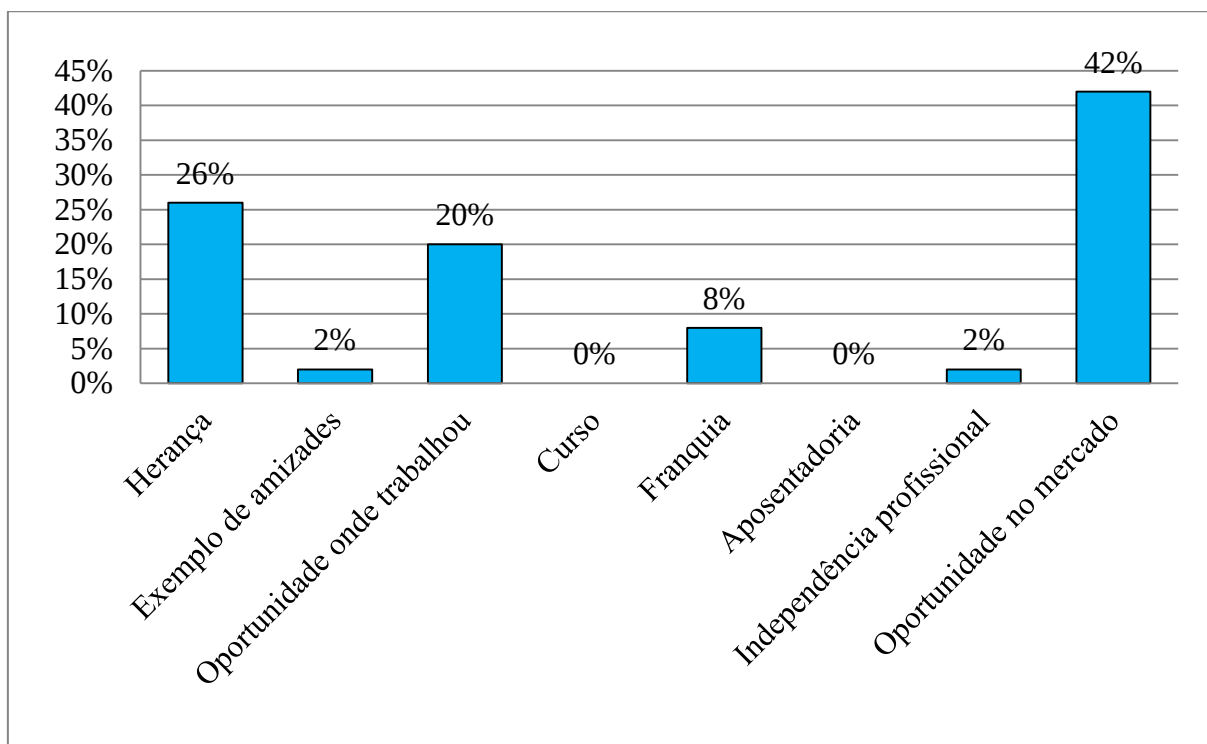
Fonte: Autoria Própria (2019)

Na pesquisa constatou-se que apenas 32% dos empreendedores não querem investir no seu negócio ou partir para outro ramo, essa porcentagem equivale a 16 entrevistados.

4.15 FATORES QUE LEVAM OS EMPREENDIMENTOS DO CENTRO COMERCIAL A ABRIREM UM NOVO NEGÓCIO

Durante a pesquisa foi constatado que existem vários motivos para abertura de negócios no decorrer de toda Avenida Ayrton Senna, como exposto no Gráfico 16. Observou-se que 42% dos empresários que participaram da pesquisa afirmaram que iniciaram o negócio após identificar uma oportunidade no mercado. Além disso, percebeu-se que muitos dos entrevistados herdaram a empresa onde trabalham, cerca de 24% dos entrevistados afirmaram isso.

Gráfico 16 - Fatores que levam os empreendimentos a abrirem um novo negócio



Fonte: Autoria Própria (2019)

Outra causa para abertura de novos empreendimentos foi feita depois de observar uma oportunidade onde exercia uma atividade anteriormente, com 20% dos entrevistados, a questão de ser tornar independente ou se tornar seu próprio chefe ajuda na hora de tomar uma decisão, observada na Tabela 10.

Tabela 10 - Fatores que levam os empreendimentos a abrirem um novo negócio

Fator impulsionador	Quantidades	Percentual (%)
Herança	13	26
Exemplo de amizades	1	2
Oportunidade onde trabalhou	10	20
Curso	0	0
Franquia	4	8
Aposentadoria	0	0
Independência profissional	1	2
Oportunidade no mercado	21	42
TOTAL	50	100

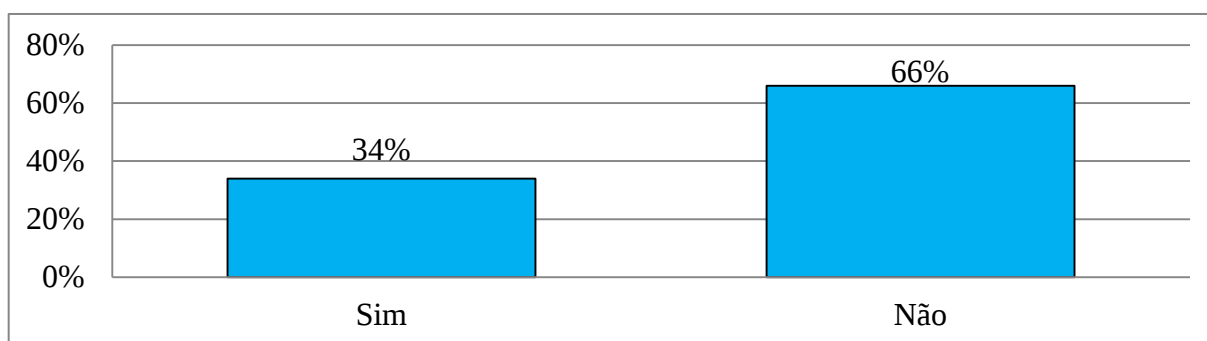
Fonte: Autoria Própria (2019)

4.16 PERCENTUAIS DE EMPREENDEDORES QUE POSSUEM OUTROS NEGÓCIOS

Com base nos dados obtidos pela pesquisa e expostos pelo Gráfico 17, é possível ver que apenas 34% dos empreendedores possuem outros negócios.

Entretanto, a maioria dos empreendedores possui apenas um negócio, representando 66%. O fator apontado pelos empresários foi crise financeira, instabilidade política e dificuldades e medo de acabar indo à falência.

Gráfico 17 – Distribuição dos empreendedores pela posse de negócios na Avenida Ayrton Senna

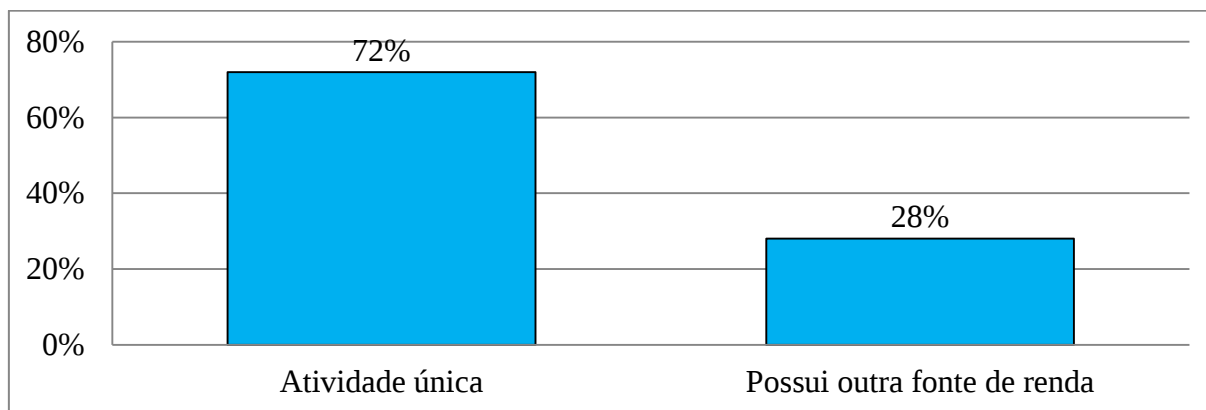


Fonte: Autoria Própria (2019)

4.17 EMPREENDEDORES QUE DESENVOLVEM OUTRAS ATIVIDADES DE SUSTENTO FAMILIAR

Com a pesquisa realizada, verificou-se que 72% dos empreendedores não possuem outra renda de sustento familiar, dependendo totalmente do lucro gerado pela empresa. Os entrevistados que possuem além da renda da empresa, são apenas 28%.

Gráfico 18 – Distribuição dos empreendedores pela fonte de sustento familiar na Avenida Ayrton Senna



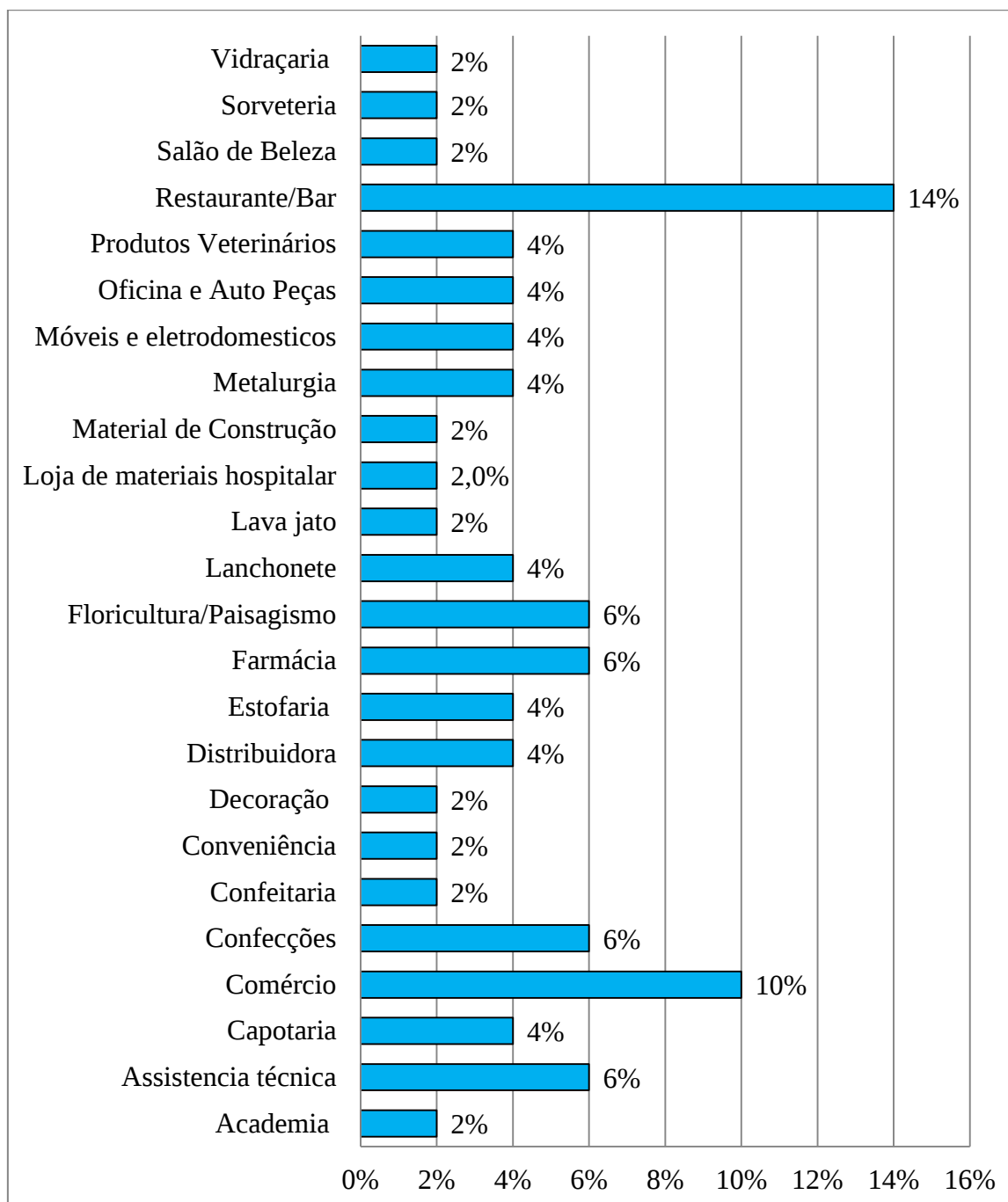
Fonte: Autoria Própria (2019)

Alguns desses empreendedores afirmaram ter dificuldade em encontrar outra renda familiar por falta de oportunidade e alguns que possuem afirmaram que são concursados ou desejam que futuramente seu negócio gere 100% de sua renda.

4.18 TIPOS DOS EMPREENDIMENTOS

Com os dados obtidos através do questionamento feito nos empreendimentos de da Avenida Ayrton Senna, observou-se que na uma grande variedade de negócios, sendo dos mais diversos tipos, disposto no Gráfico 19. Entre eles encontramos: assistências técnicas; comércios; confeitarias; farmácias; lanchonetes; bares; restaurantes; sorveteria; loja de confecções; etc.

Gráfico 19 – Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividade na Avenida Ayrton Senna



Fonte: Autoria Própria (2019)

Constatou-se que o negócio que predominam na pesquisa são restaurantes/Bar com 14% e comércio com 10%. O tipo de empreendimento que menos se viu no percorrer da avenida foram sorveterias e vidraçarias, ambas com 0,02%. Os resultados podem ser vistos na Tabela 11.

Tabela 11 - Distribuição dos empreendimentos por ramo de atividade na Avenida Ayrton Senna

Respostas	Quantidades	Percentual (%)
Academia	1	2
Assistência técnica	3	6
Capotaria	2	4
Comércio	5	10
Confecções	3	6
Confeitaria	1	2
Conveniência	1	2
Decoração	1	2
Distribuidora	2	4
Estofaria	2	4
Farmácia	3	6
Floricultura/Paisagismo	3	6
Lanchonete	2	4
Lava jato	1	2
Loja de materiais hospitalar	1	2
Material de Construção	1	2
Metalurgia	2	4
Móveis e eletrodomésticos	2	4
Oficina e Auto Peças	2	4
Produtos Veterinários	2	4
Restaurante/Bar	7	14
Salão de Beleza	1	2
Sorveteria	1	2
Vidraçaria	1	2
TOTAL	50	100

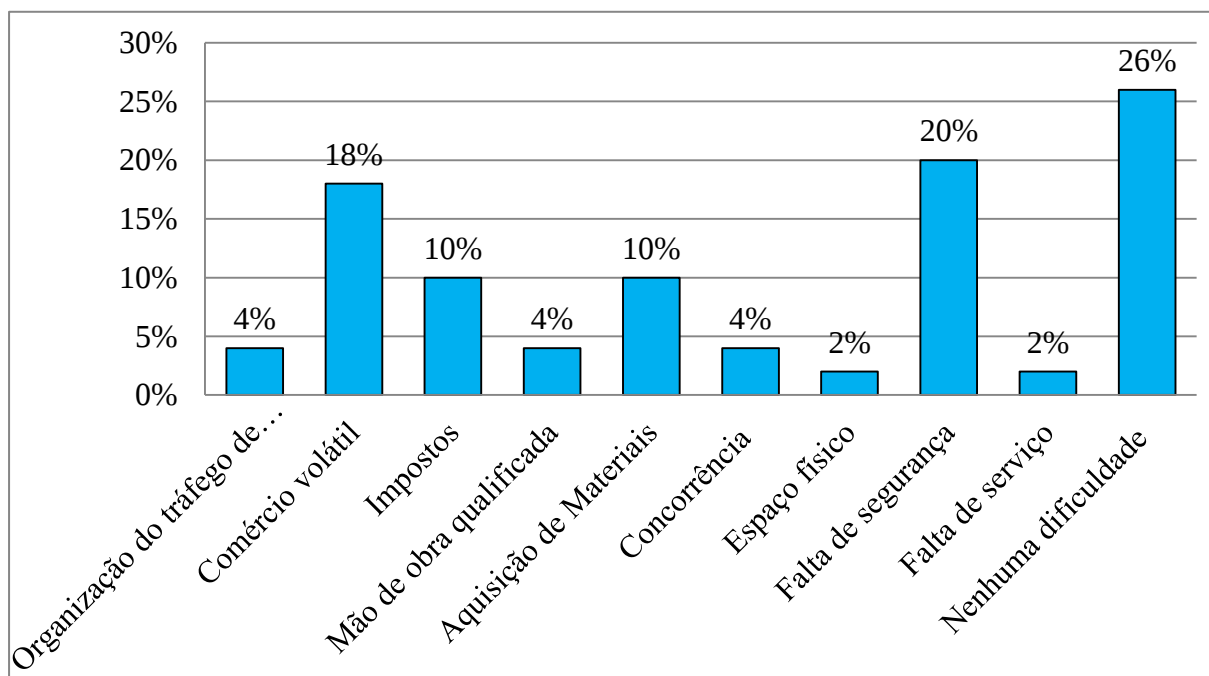
Fonte: Autoria Própria (2019)

4.19 PERCENTUAL DE CARACTERIZAÇÃO DAS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS NOS EMPREENDIMENTOS

Na pesquisa realizada no decorrer da Avenida Ayrton Senna localizada na cidade de Natal-RN, colheu diversas informações, já explanadas no decorrer desse trabalho, além delas podemos destacar as principais dificuldades que os empreendedores andam sofrendo nos últimos tempos. Hoje as principais dificuldades encontradas pelos empreendedores que constituem a avenida foram: a nova organização do tráfego de veículos; comércio volátil; a falta da mão de obra qualificada; concorrência; falta de segurança; entre outros.

A maior dificuldade encontrada hoje pelos empreendimentos é a falta de segurança que foi apontada por 20% dos entrevistados, que apontam a falta de investimento da prefeitura no policiamento da avenida. Em seguida com 18% surge como problema o comercio volátil, em outras palavras, a variação que o comercio está sofrendo.

Gráfico 20 - Caracterização das principais dificuldades enfrentadas



Fonte: Autoria Própria (2019)

Mesmo com as dificuldades apontadas na Tabela 12, 13 (26%) dos entrevistados afirmam que não estão passando por nenhum tipo de dificuldade.

Tabela 122 - Caracterização das principais dificuldades enfrentadas

Fator impulsionador	Quantidades	Percentual (%)
Organização do tráfego de veículos	2	4
Comércio volátil	9	18
Impostos	5	10
Mão de obra qualificada	2	4
Aquisição de Materiais	5	10
Concorrência	2	4
Espaço físico	1	2
Falta de segurança	10	20
Falta de serviço	1	2
Nenhuma dificuldade	13	26
TOTAL	50	100

Fonte: Autoria Própria (2019)

A organização do tráfego foi apontada por 4% dos entrevistados como uma causa na queda dos negócios, mesmo sendo um percentual tão baixo, os empreendedores afirmaram que muitos empreendimentos fecharam as portas e em outros ocorreram cortes de funcionários. Isso mostra um impacto significativo na sobrevivência dos negócios presentes na avenida.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cada ano o incentivo para o surgimento de empreendedoras no Brasil ocorre cada vez mais forte, mesmo assim a pesquisa ainda aponta uma boa diferença entre o gênero masculino e feminino no município de Natal, respectivamente com 62% e 38%. Ainda foi observado que a maioria dos líderes dos negócios tem faixa etária entre 41 a 50 anos e a maioria dos empreendedores possuem ensino médio completo e superior completo.

Pode-se constatar que grande parte das empresas possuem entre 6 a 10 anos de mercado (34%), ainda é importante apontar que 36% dos entrevistados possuem mais de 11 anos de empresa, isso pode ocorrer pelo fato de 26% das organizações serem herança de seus pais. É importante ressaltar que mesmo com empresas bem mais experientes no mercado, a quantidade de empresários que decidem fazer empréstimos públicos é de apenas 32%.

A classificação de microempresas surgiu como o principal porte, com 72%, em seguida foram as pequenas empresas com 18% presentes na avenida. A maioria das empresas da Avenida Ayrton Senna são legalizadas, cerca de 78% afirmaram possuir registro.

Contatou-se que 72% dos empreendimentos fazem uso de tecnologias e que dentre os aplicativos mais utilizados pelos empresários estão os Softwares específicos para empresa, os que afirmaram utilizar esses softwares foram 53% de todos que afirmaram utilizar tecnologia.

Com 88% o que predomina na Avenida Ayrton Senna, são as empresas de caráter privado. Motivados a se tornarem independente ou para se tornar seu próprio chefe, 42% dos empresários afirmaram que iniciaram o negócio após identificar uma oportunidade no mercado.

Ainda foi questionado quais empreendimentos os empresários sentem que deveriam ter no decorrer da Avenida Ayrton Senna, 50% afirmaram que não sentem falta de nenhum outro empreendimento na região, por outro lado 10% afirmam que falta um Supermercado de grande porte na localidade e outros 6% afirmaram que são necessárias lojas de tecidos e funilaria. Feito todo estudo o resultado da pesquisa possibilita uma visão geral de todo o centro comercial em questão e possibilita uma abertura para uma análise dos dados para possíveis investimentos. E auxilia aos órgãos públicos no desenvolvimento de novas medidas para melhorar os investimentos e consequentemente a economia na região.

REFERÊNCIAS

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO. **Quem pode ser clientes**. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/quem-pode-ser-cliente/>> Acesso em: 23 de abril de 2019.

BERNARDI, L. A. Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRASIL, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm> Acesso em: 25 abril 2019.

BRASIL, Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm> Acesso em: 25 abril 2019.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2. ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, I. Administração. 3. Ed. São Paulo: Makron – Books, 2004.

DATASEBRAE. Disponível em: < <https://datasebrae.com.br/expectativas-para-2017//>> Acesso em: 15 de jul de 2019.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DRUCKER, Peter. F. O Gerente Eficaz. Editora Zahar, São Paulo, 1974

GEM. Disponível em: < <https://www.gemconsortium.org/>> Acesso em: 03 junho de 2019.

PREFEITURA DO NATAL. Disponível em: < <https://www.natal.rn.gov.br>> Acesso em: 03 junho de 2019.

GREATTI, L., SENHORINI, V. M. Empreendedorismo: Uma visão comportamentalista. I EGEPE, p. 22-34, out./2000.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A.. Empreendedorismo. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 664 p. Tradução de: Teresa Cristina Felix de Sousa.
Hofstätter, P. R. (1957). Psychologie. Frankfurt: Fischer.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982. Coleção Os Economistas.

KOTESKI, M. A. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. Revista Fae Business, número 8, 2004.

Leite, A., & Oliveira, F. (2007). Empreendedorismo e Novas Tendências. Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, 5, 1-35. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/4021580-Empreendedorismo-e-novas-tendencias.html>> Acesso em: 03 abril 2019.

MINER, J. B. Os quatro caminhos para o sucesso empresarial: como acertar o alvo no mundo dos negócios. São Paulo: Futura, 1998.

NETO, F. S. A., SIQUEIRA, E. S., BINOTTO, E. (2011). Empreendedorismo feminino: o caso do setor salineiro–Mossoró/RN. Revista de Administração da Unimep, 9(2), 153-175.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil e no mundo.** Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 03 jul 2019.

SEBRAE. **Relatório especial: O empreendedorismo e o mercado de trabalho.** Brasília: Sebrae, 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf)>. Acesso em: 25 jul 2019.

SEBRAE. **Os Donos de Negócio no Brasil: análise por sexo (2001 a 2014).** Disponível em: <<http://bis.sebrae.com.br/bis/conteudoPublicacao.zhtml?id=7479>> Acesso em: 29 abril 2019.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil: Outubro/2016 – Relatório.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasildestaque15,01e9f925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD> Acesso em: 29 abril 2019.

SEBRAE. **Empresários da indústria, construção, comércio e serviços no Brasil(2003-2013).** Disponível em: <<http://bis.sebrae.com.br/bis/conteudoPublicacao.zhtml?id=5454>> Acesso em: 29 abril 2019.

SEBRAE. **Legalizando sua empresa.** Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4CA9A1A8ACF567B103256EF2004B1773/\\$File/NT0002FF0E.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4CA9A1A8ACF567B103256EF2004B1773/$File/NT0002FF0E.pdf)> Acesso em: 29 abril 2019.

SEBRAE. **Microempreendedor Individual.** Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-ser-meio0ba13074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 25 abril 2019.

SEBRAE. **Quais os tipos de divulgação posso usar para minha empresa.** Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/quais-os-tipos-de-divulgacao-posso-usar-para-minha-empresa,3c016d1dad6bb410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>
 Acesso em: 01 abr. 2019.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil. Brasília: SEBRAE, 2013. (coleção estudos e pesquisas).** Disponível em:
https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Sobrevivencia_das_empresas_no_Brasil=2013.pdf> Acesso em: 29 abril 2019.

SEBRAE, Portal SEBRAE. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-apresentacao-2016.pdf>> Acesso em: 29 abril 2019.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a Field of research. *Academy of Management Review*, n. 25, p. 217-26, 2000.

VESPER, K. *New venture strategies*, 1975, p.2.

VIEIRA, J. C. O.; HOELTGEBAUM, M.; MACHADO, D. P. N. Análise do perfil empreendedor dos franqueados de escolas de idiomas no Vale do Itajaí, SC, Brasil. In: *Egepe – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*. 4. 2005, Curitiba, p. 540-551. Disponível em: < www.egepe.com.br/geral/arquivos/edicoes_Anteriores/IVEGEPE_2005/EMP/EMP10/%5B49%5D.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2019.

TRIBUNA DO NORTE. Disponível em: < <http://www.tribunadonorte.com.br/>> Acesso em: 03 de jul de 2019.

WAINER, J. Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a ciência computação. In T. KOWALTOWSKI e K. BREITMAN (Org.), *Atualização em Informática da Sociedade Brasileira de Computação*, pp. 221-262, 2007

ANEXO A: QUESTIONÁRIO APLICADO PARA VERIFICAR OS EMPREENDIMENTOS E A ANÁLISE DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE RAFAEL FERNANDES – 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:
_____RAM

O:

- ☐ Indústria
- ☐ Comércio
- ☐ Serviços

TIPO DE NEGÓCIO:_____

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

GERÊNCIA/PROPRIETÁRIO:

REGISTRADA junto a JUCERN ou FIERN:

- ☐ Sim
- ☐ 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:

- o Fins da Empresa
- o Fins pessoais
- o Fins da Empresa e Pessoais

Que Aplicativo Usa:

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

COMO DIVULGA A EMPRESA:

- o Não divulga
- o Redes Sociais (Facebook, Twitter, Whatsapp)
- o Site próprio
- o Outros

CARATER:

- o Associação
- o Cooperativa
- o Rede
- o Privada

USO DO ESTABELECIMENTO:

- o Alugada
- o Própria
- o Domiciliar

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

- o Sim
- o Não

COMO SURTIU A IDEIA DE MONTAR A EMPRESA?

- o Herança ou exemplo dentro da família
- o Exemplo de círculos de amizades
- o Fazendo curso de empreendedorismo
- o Identificando oportunidades onde trabalhou
- o Identificando uma oportunidade no mercado
- o Franquia

☐ Procurando atividade após a aposentadoria

☐ Procurando independência profissional

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?

TEM ALGUM TIPO DE NEGÓCIO QUE FALTA SER DESENVOLVIDO NA AV AYRTON SENNA?