



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

KASSIO NICKSON ARAUJO DOS SANTOS

CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DA MICRORREGIÃO DA
CHAPADA DO APODI-RN

ANGICOS

2021

KASSIO NICKSON ARAUJO DOS SANTOS

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DA MICRORREGIÃO DA
CHAPADA DO APODI-RN**

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

Orientador: Prof. Dr. Maristelio da cruz costa

ANGICOS

2021

©Todos os direitos estão reservados à 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, exceto as pesquisas que estejam vinculadas ao processo de patenteamento. Esta investigação será base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) seja devidamente citado e mencionado os seus créditos bibliográficos.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Central Orlando Teixeira (BCOT)
Setor de Informação e Referência (SIR)

S237c Santos, Kassio Nickson Araujo.
CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DA
MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI / Kassio Nickson
Araujo Santos. - 2021.
44 f. : il.
Orientador: Maristelio da Cruz Costa.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e
Tecnologia, 2021.
1. Empreendedorismo. 2. Microrregião da
Chapada do Apodi. 3. Desenvolvimento econômico. I.
Costa, Maristelio da Cruz, 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.

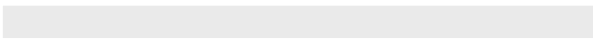
KASSIO NICKSON ARAUJO DOS SANTOS

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DA MICRORREGIÃO DA
CHAPADA DO APODI-RN**

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

Defendida em: 31/05/2021

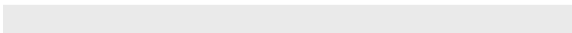
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Maristelio, da Cruz Costa (UFERSA)
Presidente



Profº. Dr. Geomar Galdino da Silva (UFERSA)
Membro Examinador



Prof.Dr. Rafael da Costa Ferreira (UFERSA)
Membro Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus por ter me concebido sabedoria e paciência. Por ser sempre meu refúgio nas horas difíceis e nunca me desamparar. E sempre me guiar nos momentos que pensei em desistir.

Aos meus pais Luis Gonzaga dos Santos e Mariluce Araujo dos Santos por sempre me apoiarem me dando força mesmo que de longe para eu sempre seguir meu sonho.

Agradeço aos amigos que moram comigo e a os que sempre me apoiaram e me ajudou nessa caminhada de curso.

Ao professor Dr. Maristério, por ter sido meu orientador e ter disponibilidade para me ajudar no que foi preciso.

A instituição da UFERSA Campus Angicos por todo ensinamento transmitido e a todos os professores que foram de suma importância para a conclusão do meu curso de bacharelado.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis” – José de Alencar

RESUMO

Nos últimos anos o Brasil vem mostrando um grande crescimento do número de empreendedores e na criação de novos empreendimentos. Sendo assim, o objetivo desse estudo é analisar e explorar os empreendimentos e perfil dos empreendedores da microrregião da Chapada do Apodi, procurando possíveis carências ou altas demandas do mesmo empreendimento, para que os setores responsáveis possam auxiliar os empreendedores a ter uma ideia inovadora. Na pesquisa foi utilizado uma análise de dados onde se buscou avaliar: a distribuição por gênero no mercado de trabalho, a distribuição etária nas atividades econômicas do município, grau de escolaridade, tempo de vida útil das empresas, a distribuição por setores de atividade, a formalização, nível de informalidade das empresas, perspectivas de melhoria nos negócios atuais e o nível do uso de novas tecnologias pelas empresas. Por fim, considera-se fundamental que os empreendedores do município obtenham orientações de mercado e capacitação profissional para que possuam meios de desenvolvimento pessoal e econômico.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Microrregião da chapada do Apodi.
Desenvolvimento Econômico.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Distribuição por gênero dos empreendedores na microrregião da Chapada do Apodi.....	32
TABELA 2 - Distribuição por faixa etária dos empreendedores na microrregião da Chapada do Apodi.....	33
TABELA 3 - Distribuição por grau de escolaridade na microrregião da Chapada do Apodi.....	34
TABELA 4 – Distribuição por tempo de funcionamento na microrregião da Chapada do Apodi.....	35
TABELA 5 – Distribuição por tipo de negócio na microrregião da Chapada do Apodi no RN.....	36
TABELA 6 – Porcentagem dos estabelecimentos segundo registro na microrregião da Chapada do Apodi.....	37
TABELA 7 - Quantidade de empreendimentos que realizaram empréstimo público na microrregião da Chapada do Apodi.....	38
TABELA 8 – Distribuição por quantidade de funcionários na microrregião da Chapada do Apodi.....	39
TABELA 9 – Distribuição dos empreendimentos pelo tipo de porte na microrregião da Chapada do Apodi.....	40
TABELA 10 – Empresas que faz uso de tecnologia na microrregião da Chapada do Apodi.....	41
TABELA 11 - Distribuição empreendimentos que fazem uso da divulgação na microrregião da Chapada do Apodi.....	42
TABELA 12 - Distribuição por tipo de negócio na microrregião da Chapada do Apodi no RN.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Distribuição por gênero dos empreendedores na microrregião da Chapada do Apodi.....	32
Gráfico 2 – Distribuição por faixa etária dos empreendimentos na microrregião da Chapada do Apodi.....	33
Gráfico 3 – Grau de escolaridade dos empreendedores na microrregião da Chapada do Apodi.....	34
Gráfico 4 – Tempo de funcionamento de empresas na microrregião da Chapada do Apodi.....	35
Gráfico 5 – Distribuição dos empreendimentos segundo ramo de atividade na microrregião da Chapada do Apodi.....	36
Gráfico 6 – Estabelecimentos segundo registros na microrregião da Chapada do Apodi.....	37
Gráfico 7 – Distribuição dos empreendimentos que realizaram empréstimos público na microrregião da Chapada do Apodi.....	38
Gráfico 8 – Distribuição dos empreendimentos por quantidade de funcionários na microrregião da Chapada do Apodi.....	39
Gráfico 9 – Distribuição dos empreendimentos segundo porte na microrregião da Chapada do Apodi.....	40
Gráfico 10 – Percentual dos empreendimentos que faz uso da tecnologia na microrregião da Chapada do Apodi.....	41
Gráfico 11 – Distribuição dos empreendimentos que faz uso de divulgação na microrregião da Chapada do Apodi.....	42
Gráfico 12 – Distribuição dos estabelecimentos segundo o uso na microrregião da Chapada do Apodi.....	43

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –Delimitação do estado do RN e microrregião da Chapada do Apodi.....	31
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MEI- Microempresas individuais

GEM- Global entrepreneurship Monitor

RN- Rio grande do Norte

SEBRAE- Serviço Brasileiro de apoio da micro e pequenas empresas

UFERSA- Universidade Federal Rural do semi-árido

EPP- Empresa de pequeno porte

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	16
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	18
2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	19
2.3 PORTE DE EMPRESAS.....	20
2.3.1 Tipos de porte de empresa.....	20
2.4 TIPO DE EMPREENDEDORES.....	21
2.4.1 O empreendedor serial.....	22
2.4.2 O empreendedor Corporativo.....	22
2.4.3 O empreendedor social.....	23
2.4.4 O empreendedor por necessidade.....	23
2.4.5 Empreendedor Herdeiro.....	23
2.5 EMPREENDENDO NA PANDEMIA DO COVID 19.....	23
2.6 INOVAÇÃO NA CRISE.....	24
2.7 VANTAGENS E DESVANTAGENS DE SE TORNAR UM EMPREENDEDOR...24	
2.8 MORTALIDADE DE EMPRESAS.....	28
2.8.1 Planejamento prévio.....	28
2.8.2 Gestão empresarial.....	29
2.8.3 Comportamento empreendedor.....	29
3. METODOLOGIA.....	30
3.1 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	30
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO.....	30
3.3 FONTE DE PESQUISA E COLETA DE DADOS.....	31
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	32
4.1 DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO DE EMPREENDEDORES NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	32
4.2 DISTRIBUIÇÃO POR FAIXA ETÁRIA DOS EMPREENDEDORES NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	33
4.3 DISTRIBUIÇÃO DO GRAU DE ESCOLARIDADE DE EMPREENDEDORES NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	34

4.4	DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS POR TEMPO DE FUNCIONAMENTO NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	35
4.5	EMPREENDIMENTOS SEGUNDO RAMO NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	36
4.6	EMPREENDIMENTOS SEGUNDO REGISTRO NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	37
4.7	EMPRESAS QUE REALIZARAM EMPRÉSTIMOS PÚBLICOS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	38
4.8	DISTRIBUIÇÃO QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS DAS EMPRESAS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	39
4.9	DISTRIBUIÇÃO SEGUNDO PORTE DE EMPRESAS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	40
4.10	DISTRIBUIÇÃO SEGUNDO USO DE TECNOLOGIAS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	41
4.11	DISTRIBUIÇÃO DIVULGAÇÃO DAS EMPRESAS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	42
4.12	DISTRIBUIÇÃO SEGUNDO USO DOS ESTABELECIMENTOS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.....	43
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
6.	REFERÊNCIAS.....	45

INTRODUÇÃO

Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas.

Segundo o teórico Joseph Schumpeter, empreendedorismo está diretamente associado à inovação. Para Schumpeter, o empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações.

A introdução de um novo bem, a criação de um método de produção ou comercialização e até a abertura de novos mercados, são algumas atividades comuns do empreendedorismo. Isso significa que “a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios”.

Ser empreendedor de sucesso é acreditar na sua capacidade de liderança, é estar motivado, ter capacidade de planejar para o longo prazo e maximizar seu desempenho no curto prazo. O bom empreendedor é aquele que analisa, identifica, define, decide e monitora o desempenho do seu negócio. É aquele que descobre armadilhas e que implementa novos rumos em busca de resultados eficazes.

Vale ressaltar que a origem do termo empreendedorismo não é exatamente nova. Ele foi criado em 1945 pelo economista Joseph Schumpeter. Segundo ele, o empreendedorismo é algo desenvolvido por pessoas versáteis. As quais possuem habilidades técnicas para produzir e organizar recursos financeiros e operações internas. Além de lidar muito bem com vendas.

A pesquisa desse referido trabalho, é baseada em um levantamento de dados realizado anteriormente, que visa a caracterização do comércio empreendedor dos municípios da microrregião da Chapada do Apodi, utilizando parâmetros quantitativos referidos a gênero, faixa etária, grau de escolaridade, anos de funcionamento, ramo de atividade, registro, quantidade de funcionários, empréstimos públicos, porte dos empreendimentos, uso de computadores, caráter e sede dos estabelecimentos. O objetivo da análise quantitativa dos tópicos citados anteriormente, dará um melhor entendimento e auxiliará na classificação correta do perfil do empreendedor, como também o caminho a ser seguido visando uma maior viabilidade do empreendimento.

A realização deste trabalho procura pesquisar e comparar a atual situação dos 4 municípios que compõem a microrregião do Agreste do Rio Grande do Norte.

Adentaram como foco de estudo as cidades de: Caraúbas, Governador Dix-sept rosado, Apodi e Felipe guerra.

Onde todos esses municípios, que estão presentes na microrregião da chapada do Apodi, segundo dados estatísticos retirados do site Cidade Brasil, somam 75.355 mil habitantes, que, estão distribuídos em um território de 4.113,4 km². Cada cidade apresenta suas originalidades e características próprias, no que se diz respeito a pontos que já foram estudados anteriormente e que servirão de base para análise e discussão dos mesmos.

Cada tópico analisado nas cidades em questão, possibilitará a discussão e compreensão do perfil do trabalhador e empreendedor da chapada do Apodi, sendo isso de suma importância, visto que, estudos como este, possibilita a reflexão, logo, desenvolvimento econômico da região e estimula a mudança visando o melhor para todos que a habitam.

Todas as referências utilizadas para a realização da pesquisa, pertencem ao projeto de pesquisa “Caracterização dos empreendimentos e perfil dos empreendedores dos municípios do RN”, que está cadastrado a PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PROPPG da Universidade Federal Rural do Semi-Árido, (UFERSA).

Analisar e comparar dados de pesquisas feitas a empreendedores e seus empreendimentos nos centros comerciais das cidades que compõe a microrregião da chapada do Apodi. E entender o perfil dos empreendedores e suas relações com o comércio local, tanto como suas relações com o comércio que envolve a microrregião de estudo, e fazer uma análise dos empreendimentos locais e seu impacto na microrregião da Chapada do Apodi.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship, sendo utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Para Dolabela (1999, p. 43), a palavra empreendedor é utilizada para designar principalmente a pessoa que se “dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc.”.

De acordo com a Constituição brasileira de 1988, a definição da microrregião um agrupamento de municípios limítrofes. Sua finalidade é integrar a organização, o planejamento e a execução de funções públicas de interesse comum, definidas por lei complementar estadual. Entretanto, raras são as microrregiões assim definidas. Consequentemente, o termo é muito mais conhecido em função de seu uso prático pelo IBGE que, para fins estatísticos e com base em similaridades econômicas e sociais, divide os diversos estados da federação brasileira em microrregiões.

2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo conquistou o Brasil assim como os demais países oferecia uma oportunidade única de desenvolvimento. Segundo Dornelas

(2005), empreendedorismo no Brasil surgiu nos anos 1990, isso se deu especialmente pela criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX). O SEBRAE tem por objetivo oferecer apoio às novas e pequenas empresas e prestar consultoria com o propósito de prevenir problemas futuros e a SOFTEX que objetiva levar as empresas de software do país ao exterior. Ainda segundo o autor, antes da criação dessas entidades a população brasileira não falava de empreendedorismo, visto que o país não obtinha espaço para as

peessoas arriscarem em negócios, em outras palavras não era propicio arriscar o que se tinha em algo que não se possui muito conhecimento. No entanto, essas entidades, passaram a estudar e oferecer cursos as pessoas a cerca empreendedorismo, isso despertou o interesse de muitos em tornar-se empreendedor.

Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2007, o Brasil é o 9º país mais empreendedor do mundo, essa pesquisa foi realizada com 42 países. De toda forma, as empresas Brasileiras apresentam índices elevados de mortalidade, as Microempresas e Pequenas Empresas (MPEs), por exemplo, boa parte destas, fecham antes de completar dois anos de operações, 57% não passam do terceiro ano e 60%, do quarto ano de existência. (SEBRAE, 2007).

É evidente o quão importante o empreendedorismo é para a economia do país e apesar dos avanços alcançados é importante que se tenha consciência que muito ainda pode ser feito para melhoria continua dessa atividade no Brasil. Visto sua importância, disseminação do empreendedorismo aos populares será o primeiro passo da caminhada até a ascensão econômica e social, e esse desenvolvimento resultará em oportunidades de empregos.

Neste mesmo âmbito, no ano 2014, de acordo com a pesquisa realizada pelo SEBRAE, o país alcançou a maior taxa de empreendedorismo do mundo. Os dados coletados revelaram que de cada 100 brasileiros que começam seu próprio negócio, 71 são motivados por oportunidade e não necessidade.

Diante dessas observações, é inegável que o Brasil, desde a década de 90, vem se destacando no cenário mundial do empreendedorismo e segundo a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – que é um programa de pesquisa que avalia mundialmente e anualmente o nível da atividade empreendedora de cada país, o Brasil é um grande celeiro de novos e jovens empreendedores.

2.3 PORTE DE EMPRESAS

Porte de empresa nada mais é do que um termo técnico para identificar o tamanho de seu negócio (micro, pequeno porte ou grande porte). No Brasil, a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas normatiza para fins tributários e outros

benefícios. Perante a Receita Federal, por exemplo, é com base no faturamento anual.

A definição desse porte é de acordo com o faturamento anual bruto da matriz e suas filiais, caso haja. Mesmo que seu faturamento seja menor do que o da matriz. É considerado pela Receita Federal o faturamento global, ou seja, matriz e filiais.

2.3.1 Tipos de porte de empresas:

MEI (Microempreendedor Individual)

Uma empresa constituída por um só empreendedor. É um formato excelente para quem deseja começar um negócio, até mesmo para quem já tem um e precisa se formalizar.

Este modelo foi criado pela Lei Complementar nº 123/2006, seu faturamento é de até R\$ 81 Mil em 12 meses, desde a implementação das mudanças no Simples Nacional, que entraram em vigor em janeiro de 2018.

MEI é um formato jurídico que já é enquadrado automaticamente no Simples Nacional, através do qual é possível contratar apenas um colaborador e pagando o teto da categoria.

ME (Microempresa)

Estes formatos são para as empresas que pretendem ter ou tenham um faturamento anual de até R\$ 360 mil. Uma microempresa pode ter até 20 funcionários.

EPP (Empresa de Pequeno Porte)

Indicado para negócios que têm um faturamento anual no limite de R\$ 4,8 milhões. Este formato pode ter até 100 funcionários.

Sem enquadramento

Para que a empresa seja enquadrada desta maneira o contrato social precisa ser assinado por um advogado e são para empresas que têm uma

Atividade que não permite a classificação em nenhum dos outros portes ou tem como sócio uma pessoa jurídica. Neste formato é possível ter mais de 100 funcionários.

2.4 TIPOS DE EMPREENDEDORES

Não existe um único tipo de empreendedor ou modelo-padrão, é difícil rotulá-lo. Esse fato mostra que tornar-se empreendedor é algo que pode acontecer a qualquer um. A seguir são apresentados os tipos de empreendedores (DORNELAS, 2005). Os empreendedores são classificados em sete tipos: O Empreendedor Nato, O Empreendedor que Aprende, O Empreendedor Serial, O Empreendedor Corporativo, O Empreendedor Social, O Empreendedor por Necessidade e O Empreendedor Herdeiro. O Empreendedor Nato ou Mitológico é o mais conhecido. Geralmente são os mais aclamados, suas histórias são brilhantes e muitas vezes, começam do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar jovens e adquirem habilidades de vendas e negociação. Nos países ocidentais, esses empreendedores são, em sua maioria, imigrantes ou filhos de imigrantes. São visionários, otimistas, estão a frente do seu tempo, e se comprometem 100% para a realização de seus sonhos.

As referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos. Acabam se tornando grandes exemplos, da humanidade. (DORNELAS, 2005). O Empreendedor que Aprende ou Inesperado tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que quando menos esperava se deparou com uma nova oportunidade e decidiu em mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. É a pessoa que nunca pensou em ser empreendedor, que via a alternativa de carreira em grandes empresas como a única possível. Até o momento que é convidado para fazer parte de alguma sociedade ou quando percebe uma oportunidade de criar o próprio negócio. É o caso de quando a “oportunidade bate à porta”. Geralmente demora um pouco para tomar a decisão de mudar de carreira a não ser que já tenha sido demitido ou esteja prestes de acontecer. Antes de virar empreendedor, acreditava que não gostava de assumir riscos. Tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver com as atividades de um negócio próprio (DORNELAS, 2005).

2.4.1 O Empreendedor Serial

O Empreendedor Serial ou que cria novos negócios, é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. Não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele, pois quer construir uma grande corporação. É uma pessoa dinâmica, que gosta de desafios e adrenalina de criar algo novo, ao invés de assumir a postura de um executivo que lidera grandes equipes. Normalmente é atento a tudo que acontece ao seu redor e adora participar de eventos, associações, conversar com as pessoas, fazer networking. Uma expressão que define bem esse tipo é: “tempo é dinheiro”. Tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos e colocar a empresa em funcionamento. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não se sente satisfeito enquanto não as ver implementadas. Precisa sempre de um novo desafio para manter-se motivado. As vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e é normal ter várias histórias de fracasso. O que sempre serve de estímulo e superação para o próximo desafio (DORNELAS, 2005).

2.4.2 O Empreendedor Corporativo

O Empreendedor Corporativo tem tido mais evidência nos últimos anos, devido à necessidade das organizações se renovar, inovar e criar novos negócios. Geralmente são executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas corporativas. Trabalham com foco nos resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e são desafiados a lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão total poder para agir. Em contrapartida, faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação. São hábeis comunicadores e vendem suas ideias. Desenvolvem networking dentro e fora da organização. Sabem convencer as pessoas a fazerem parte de seu time e sabem reconhecer o empenho da equipe. Sabem se autopromover e são ambiciosos. Adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis e não se contentam em ganhar o que ganham. Se saírem da corporação para criar o próprio negócio podem ter problemas no começo, já que são acostumados com o acesso a recursos e regalias do mundo corporativo (DORNELAS, 2005).

2.4.3 O Empreendedor Social

O Empreendedor Social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Esse se envolve em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo e cria 16 oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultado para o próximo e não para si próprio. Tem papel social extremamente importante, já que através de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. Os empreendedores sociais são um fenômeno mundial, principalmente em países como o Brasil que estão em desenvolvimento. São os únicos que não buscam desenvolver um patrimônio financeiro, pois não tem como objetivos principais ganhar dinheiro. Prefere partilhar recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas e do ambiente em que vive (DORNELAS, 2005).

2.4.4 O Empreendedor por Necessidade

O Empreendedor por Necessidade cria o próprio negócio por falta de alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Só o resta a opção de trabalhar por conta própria. Se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e como resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema social para países em desenvolvimento, pois apesar da iniciativa, trabalhar duro e buscar de todas as formas sua subsistência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico. Na verdade, são vítimas do modelo capitalista atual, pois não têm acesso à educação, recursos e às mínimas condições para empreender estruturadamente. Suas iniciativas são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e acabam por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento. Sua existência em grande quantidade é um problema social (DORNELAS, 2005).

2.4.5 Empreendedor Herdeiro

O Empreendedor Herdeiro ou Sucessão Familiar desde cedo tem a missão de levar a frente o legado de sua família. Muitos impérios nos últimos anos foram

construídos por famílias empreendedoras que permaneceram o legado, e empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países. Porém, recentemente, tem ocorrido a profissionalização da gestão de empresas familiares, através de contratação de executivos de mercado para administrar a empresa. E a criação de uma estrutura de governança corporativa, com os herdeiros opinando no conselho de administração da 1ª empresa e não necessariamente assumindo cargos executivos. O desafio desse empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. O que tem sido cada vez mais difícil. Este aprende a arte de empreender com a família, e geralmente segue seus passos (DORNELAS, 2005).

2.5 EMPREENDENDO NA PANDEMIA DO COVID-19

O Brasil caminha, em 2020, para registrar o maior número de empreendedores de sua história. Não exatamente por vocação, mas principalmente por necessidade. Nos nove primeiros meses deste ano, o número de microempreendedores individuais (MEIs) no país cresceu 14,8%, na comparação com o mesmo período do ano passado, chegando a 10,9 milhões de registros.

Foram 1,15 milhão de novas formalizações entre o fim de fevereiro, pouco antes do início da pandemia, até o fim de setembro, segundo dados do Portal do Empreendedor, do governo federal. Somado às mais de 7,5 milhões de micro e pequenas empresas, esse setor representa 99% dos negócios privados e 30% do Produto Interno Bruto (PIB, soma dos bens e serviços produzidos) do país.

Impulsionados pela crise gerada pela pandemia do novo coronavírus, os brasileiros estão buscando na atividade empreendedora uma alternativa de renda. Com isso, uma estimativa feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) mostra que aproximadamente 25% da população adulta estarão envolvidos, até o fim do ano, na abertura de um novo negócio ou com uma empresa com até 3,5 anos de atividade.

"O desemprego está levando as pessoas a se tornarem empreendedoras. Não por vocação genuína, mas pela necessidade de sobrevivência", diz Carlos Melles, diretor-presidente do Sebrae. O Dia da Micro e Pequena Empresa marca também um dos momentos mais desafiadores para os pequenos negócios no país.

2.6 INOVAÇÃO NA CRISE

Apesar do contexto adverso para os negócios em geral, pequenos empreendimentos estão implementando inovação para enfrentar a crise. Levantamento feito pelo Sebrae mostra que as vendas online continuam em alta entre as micro e pequenas empresas que têm utilizado canais digitais, como as redes sociais, aplicativos ou internet como plataformas para comercialização de produtos e serviços. Enquanto no levantamento feito no fim de maio, 59% das empresas utilizavam esses canais, atualmente esse percentual chega a 67%. Entre os empresários ouvidos, 16% passaram a vender por meio de ferramentas digitais a partir da chegada do novo corona vírus ao país.

2.7 VANTAGENS E DESVANTAGENS DE SE TORNAR UM EMPREENDEDOR

VANTAGENS

Ser um empreendedor significa que passa a ser o seu próprio chefe;

Quando decide seguir a vida de um empreendedor, então está a dar a si mesmo permissão para perseguir aquilo pelo qual é apaixonado na vida. É a pessoa que toma todas as decisões, puxando todos os corde linhos à medida que avança com esta oportunidade. Pode usar os seus pontos fortes e habilidades para fazer uma diferença real na sua vida e na da sua comunidade.

Algumas pessoas ficam num mau emprego porque precisam de “pagar as suas contas”. Alguns poderão “trabalhar durante o fim de semana” como forma de justificar a sua decisão de permanecerem num local onde são infelizes. Nem sempre é fácil ser empreendedor, e talvez nunca se fique rico, mas há mais hipóteses de se ser feliz.

Acesso a plataformas úteis que o podem ajudar a começar os empresários empreendedores têm hoje mais ferramentas à sua disposição do que, provavelmente, alguma vez na história. Se quiser financiar um negócio start-up, plataformas de crowdfunding como o Kickstarter e o Indiegogo dão-lhe uma oportunidade de fazer isso acontecer. Quando quer trabalhar como freelancer, uma empresa como o Fiverr oferece-lhe formação, ferramentas e uma plataforma de vendas que pode ajudar a lançar a sua jornada de auto emprego. Podcasts, livros e até aulas universitárias dão-te a oportunidade de aprender mais sobre o seu nicho de carreira escolhido.

Se demorar algum tempo a planear a sua aventura de empreendedorismo, vai descobrir que muitas oportunidades requerem pouco – ou nenhum – investimento inicial para o ajudar a dar esses primeiros passos.

Tem mais emoção na sua vida

Verdade que muitos empreendedores trabalham normalmente mais horas do que o trabalhador médio. Muitos também trabalham mais horas. Não há folga quando é responsável pela sua subsistência. Ao mesmo tempo, no entanto, há mais excitação a encontrar em cada dia de trabalho. Nunca há dois dias iguais quando se está ativamente empenhado no empreendedorismo e na livre iniciativa. Mesmo com um negócio estabelecido e uma rotina diária, há sempre novos desafios a enfrentar. É por isso que ser empreendedor é uma experiência tão gratificante em tantos níveis diferentes.

Oferece um ambiente de independência

Não há nada como a independência que surge quando se persegue uma oportunidade empreendedora. Mesmo que não se ganhe tanto dinheiro, ou que se possa trabalhar mais horas, a liberdade de saber que se pode fazer o que se quer, sempre que uma excelente ideia surge, é um benefício que é difícil de ignorar. Pode trabalhar a partir de casa, estabelecer um escritório algures, ou amarrar o telefone ao computador para fazer uma viagem a algum lugar. É possível ganhar um rendimento da forma que melhor se adapta às suas necessidades quando decide tornar-se um empreendedor.

Podem ser os inovadores da sua indústria

O empreendedorismo é bem-sucedido quando se tem a oportunidade de dar uma ideia à sua demografia alvo antes de qualquer outra pessoa. Trazer algo primeiro para o mercado é uma aventura emocionante. Pode nem sempre ser uma história que termina em riqueza, mas é uma das alegrias absolutas deste processo. Pode estar na vanguarda da resolução de problemas para a sua comunidade. Está a transformar as suas paixões em dinheiro. Também não é preciso muito dinheiro para começar.

DESVANTAGENS

Carga extra de trabalho

Os empreendedores não são pagos para se desleixarem no trabalho. Enquanto os seus amigos estão ocupados a jogar jogos sociais no Facebook sem serem apanhados pelo patrão deles, você está a tentar descobrir uma nova forma de mudar o mundo. Os empregados recebem um almoço pago, mas está a faltar porque há um prazo que não se pode dar ao luxo de perder. Eles tiram férias. Os empreendedores encaram as férias como um dia calmo para fazer algum trabalho. Não se deixe enganar. Trabalhará mais horas do que trabalharia como empregado para outros.

Não existe uma garantia de salário

Cabe-lhe a si, assegurar-se de que é pago quando está a seguir uma carreira no mundo do empreendedorismo. Deve ter as competências necessárias para identificar os clientes caloteiros antes de fazer um segundo de trabalho para eles. Isso significa que tem de evitar os caçadores de pechinchas, os líderes que não têm a certeza de que precisam dos seus serviços e todos aqueles que hesitam em assinar um contrato. Então não tenha medo de contratar uma agência de cobranças para obter o que lhe é devido. Isso é supondo, claro, que você conseguiu assinar um contrato em primeiro lugar.

Há mais responsabilidades como empreendedor

Quando se é ativo no mundo do trabalho, é-lhe atribuído um papel específico ou uma missão a cumprir. Só é responsável pela execução das tarefas que lhe são atribuídas, que normalmente estão relacionadas com a função para a qual foi contratado. Não há necessidade de se preocupar com o trabalho que os outros estão a fazer. É pago por esse escopo limitado ou visão em túnel. Até recebe avaliações baseadas no seu desempenho na sua função, o que muitas vezes pode levar a promoções. Se é um empreendedor, então é responsável por tudo o tempo todo, sem exceção.

Não existem horários de trabalho fixos

Quando se trabalha num contexto de emprego tradicional, é-lhe dado um horário de trabalho fixo com garantia de pagamento. É um contrato delineado entre si e a empresa que lhe oferece uma compensação a um nível específico. Se exceder essas horas, pode ganhar salários adicionais, benefícios ou oportunidades no futuro. Alguns trabalhadores recebem “horas em substituição” que trabalham como tempo de férias.

Se é um empreendedor, então está a trabalhar sempre que uma tarefa tem de ser concluída. Não há férias, férias ou dias de doença, a não ser que reserve o seu trabalho para eles – e depois espera pelo seu regresso. Não é pago (a menos que tenha rendimentos passivos) a menos que trabalhe.

Poderá encontrar instabilidade financeira no seu futuro

Muitos empreendedores descobrem que os seus níveis de rendimento disponível diminuem durante os primeiros anos em que prosseguem esta aventura. Sem o rendimento disponível, o empreendedorismo pode levar a uma pontuação de crédito mais baixa, taxas de empréstimo mais elevadas e menor disponibilidade de crédito. Ser independente torna mais difícil garantir uma hipoteca porque tem de provar um historial de sucesso financeiro para um mutuante. Os produtos de empréstimo para veículos e mesmo smartphones tornam-se mais caros e menos disponíveis.

Há dias em que se sente que nunca se sai do trabalho

Há recompensas a considerar se se trabalha em casa quando se persegue o empreendedorismo. Também deve ter em conta que nunca sai do trabalho se ficar em casa o tempo todo. Parece que está sempre de serviço, a verificar o e-mail, ou a seguir algo que facilite um pouco a sua vida. Mesmo quando está de férias, há mensagens que passam a pedir-lhe trabalho ou a pensar porque não pode assumir um projeto nesse preciso momento. Depois há o facto de que, se tirar férias, não será pago como um empregado o faria. Tem de orçamentar essa viagem com antecedência.

2.8 MORTALIDADE DE EMPRESAS

O desejo de todo negócio nascente é atingir a maturidade e firmar-se no mercado obtendo o sucesso e retorno financeiro favorável.

Mas para que isso se concretize é necessário que tanto a pequena empresa como a grande tenham alguns cuidados. Isto porque, o número de empresas que acabam morrendo nos primeiros cinco anos de existência é grande.

Em Janeiro de 2019, o Boa Vista divulgou uma pesquisa apontando que em 2018, 96,5% das empresas do país que entraram em processo de falência eram Pequenas Empresas. O processo de falência, não significa necessariamente a morte da empresa. No entanto, aponta para o fato de a empresa possuir diversos problemas financeiros e estruturais. Contudo, em uma visão geral o número total de empresas que pediram falência em 2018, foi 13% menor do total de 2017.

Em 2015, por meio da pesquisa de Demografia das Empresas o IBGE apresentou que 60% das empresas com pouco mais de 5 anos fecham suas portas. Segundo o instituto das 733,6 mil empresas abertas em 2010, somente 277,2 mil – 37,8% do total sobreviveram até 2015.

O estudo apontou também, que as empresas com maior número de funcionários são as mais suscetíveis à fechamentos. Dessa forma, a taxa de sobrevivência das empresas passa por diversos picos e não consegue manter bons índices.

MOTIVOS DE MORTALIDADE DE EMPRESAS

- **Planejamento Prévio;**
- **Gestão Empresarial;**
- **Comportamento Empreendedor.**

Ou seja, as empresas morrem por falta de planejamento, mal investimento em gestão empresarial e falta de comportamento empreendedor.

2.8.1 Planejamento Prévio

A grande maioria dos empresários acabam não dando a devida atenção ao Plano de Negócio. Em alguns casos, os empresários nem o fazem, e em outros acabam realizando o mesmo com dados ilusórios.

E no segundo caso é um problema muito sério pois são dados que não condizem com a realidade e isto afeta o negócio a curto e longo prazo,

Um dos muitos problemas é no caso da empresa ter uma falta de capital para as atividades por conta de uma projeção errada. Por esse e outros motivos, é essencial que o Plano de Negócio seja realizado com eficiência, abordado o capital real da empresa. Assim como também, devem ser realizados estudos de público alvo, da concorrência, todos os custos, assim como as variáveis do negócio.

2.8.2 Gestão Empresarial

A Gestão Empresarial, é um dos processos mais complicados e que o empresário mais tem dificuldades. Ela exige desde o controle da entrada e saída de estoque, passando pelas vendas até chegar no fluxo de caixa da empresa. Sem contar, que ainda há o controle e gerenciamento fiscal realizado por meio de emissão e controle de notas fiscais.

Todos estes processos são cheios de pormenores e dados que são essenciais para a sobrevivência do negócio. Entre tantas formas de se manter uma boa gestão, buscar profissionais que auxiliem e simplifiquem o processo é um primeiro passo.

Outro passo e elemento essencial é a utilização de ferramentas tecnológicas que simplifiquem o processo gerencial. Para isto softwares no modelo ERP são os mais recomendáveis, em especial os que trabalham em nuvem de forma online. Isto porque, tais modelos de software possibilitam entre outras coisas o controle integrado das mais diversas áreas do negócio.

2.8.3 Comportamento Empreendedor

Outro fator essencial para o sucesso do negócio é que o dono do negócio possua comportamento empreendedor. E isso quer dizer ter atitudes que sejam de acordo com o cargo que ele ocupa. Uma coisa essencial que todo empreendedor precisa aprender é a separar as contas pessoais das contas da empresa.

Isso porque, por ser o dono do negócio ele acha que pode misturar tudo, que está certo. Contudo, isto é um grande engano é preciso primeiro acertar todos os custos da empresa. Depois deste processo se descobrirá o lucro e aí sim ele poderá realizar o pagamento de suas contas pessoais.

Além disso, é essencial que o empreendedor além de transparecer segurança saiba o que está fazendo e conheça muito bem do seu negócio. Não adianta só ir à empresa para tirar os lucros é preciso participar do dia a dia e preocupar-se com o dia a dia.

Além também de participar diretamente das tomadas de decisões dentro do negócio. Isto possibilitará que ele tenha pleno conhecimento e responsabilidade dentro da empresa.

3. METODOLOGIA

3.1 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

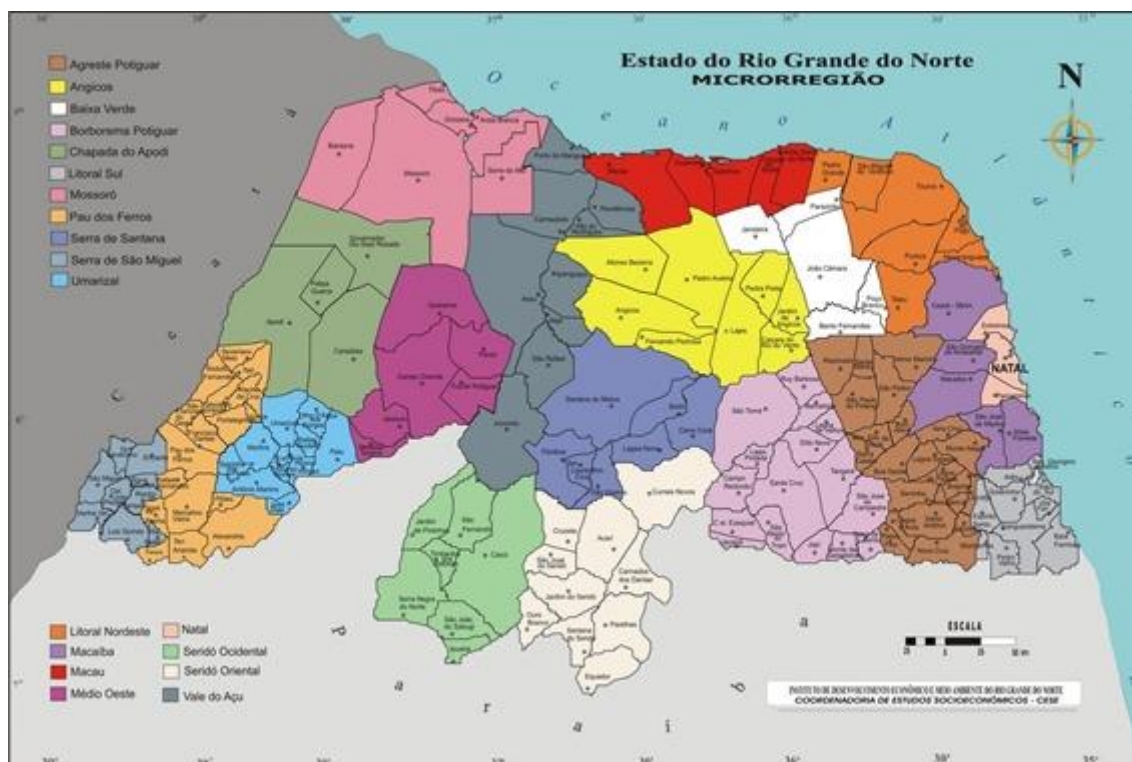
O trabalho teve como foco, obter dados totais de pesquisas individuais anteriores realizadas por outros autores, de modo a relacionar os empreendedores de municípios do Estado do RN, destacando as cidades de: Caraúbas (JUNIOR, 2016) JOSÉ FERREIRA DA SILVA JÚNIOR; EXPLORAÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA E PERFIL DOS EMPREENDEDORES NO MUNICÍPIO DE CARAÚBAS-RN, Apodi (Barbosa, 2016) HEBERTT SILVA BARBOSA EMPREENDEDORES DA CIDADE APODI-RN: CARACTERÍSTICAS E DINÂMICA LOCAL, Felipe guerra (LIMA, 2017) KAMILA RAYSSA LUCAS DE LIMA ANÁLISE E DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS EMPREENDIMIENTOS E EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE FELIPE GUERRA - RN, visando um estudo de dados comparativos entre as cidades apresentadas, destacando de forma geral, as características dos empreendimentos presentes na região e classificar o tipo de perfil empreendedor presente no Rio Grande do Norte. O acervo tem como base, trabalhos de campo realizados em estimativas anteriores dos três municípios citados acima, considerando um padrão de pesquisa geral.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

O estudo teve base na análise do perfil dos empreendimentos locais da região da chapada do Apodi no rio grande do Norte.

A apresentação da pesquisa foi desenvolvida com 164 empreendedores da microrregião da Chapada do Apodi-RN. Está região é constituída por três cidades são elas: Caraúbas, Apodi, Felipe guerra. Juntos totalizam uma área de 4.113,4 km². De acordo com o censo realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) no ano 2010, juntando toda a população das cidades que fazem parte dessa região, a população chega a 75.355 habitantes.

Figura 1- Delimitação das microrregiões do estado do Rio Grande do Norte.



3.3 FONTE DE PESQUISA E COLETA DE DADOS INFORMATIVOS

Nesse trabalho foi utilizado como fonte de pesquisa e coleta de dados, um acervo bibliográfico e documental para elaboração do referencial teórico. A verificação de dados foi construída a partir de três trabalhos individuais feitos anteriormente por autores que apresentaram uma pesquisa de campo em cada cidade, demonstrando, os aspectos de cada município. As informações coletadas, permitiram uma união entre os dados em um único trabalho por métodos comparativos.

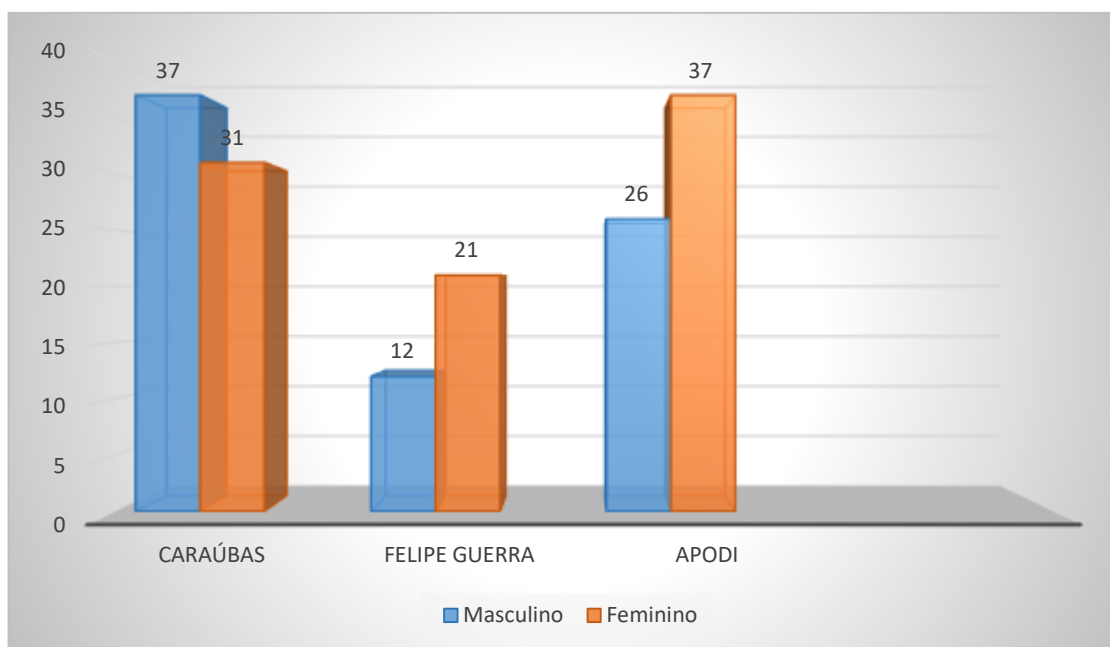
A atual pesquisa busca apresentar dados comportamentais de centros de vários municípios do estado dentro de áreas importantes na evolução e desenvolvimento do empreendedorismo, apresentando suas variáveis tais como: gênero, faixa etária, grau de escolaridade, tempo de funcionamento, ramo de atividades, registro, quantidade de funcionários, entre outros.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO DE EMPREENDEDORES DAS CIDADES DA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI

No gráfico 1, é notório a maior participação nos empreendimentos na microrregião da chapada do Apodi é do sexo feminino, onde quando analisado todos os dados, o sexo feminino apresenta 59% dos entrevistados, promovendo a maior participação das mulheres no cenário do comércio dessa região. O sexo masculino representa 41% dos entrevistados na referida região analisada.

Gráfico 1 – Distribuição por gênero dos empreendedores da microrregião da chapada do Apodi



Fonte: Autoria Própria (2021)

Tabela 1 – Distribuição por gênero dos empreendedores na microrregião

CIDADES	MASCULINO	FEMININO	QUANTIDADE
CARAÚBAS	37	31	68
FELIPE GUERRA	12	21	33
APODI	26	37	63
TOTAL			164

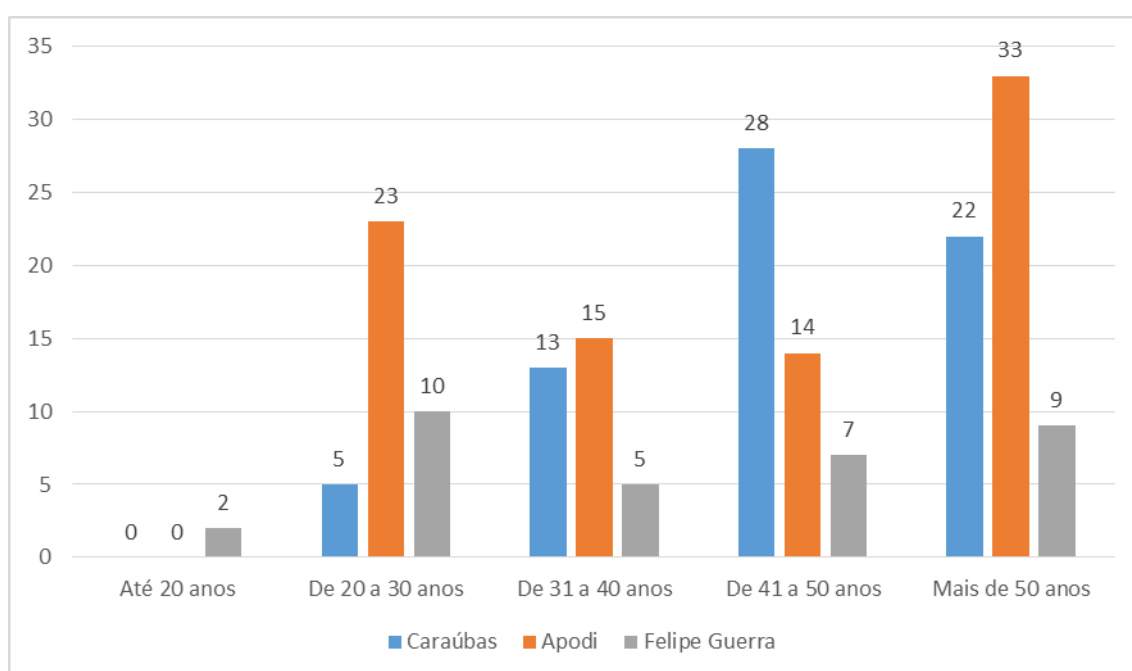
Fonte: Autoria Própria (2021)

Com base no que foi apresentado e os dados colhidos nos respectivos projetos que está sendo analisado, podemos fazer uma análise mais profunda e um gráfico mais detalhado com a porcentagem total do gênero dos empreendedores da microrregião da Chapada do Apodi.

4.2 DISTRIBUIÇÃO POR FAIXA ETÁRIA DOS EMPREENDEDORES

Conforme o gráfico 2, a faixa etária predominante dos empreendedores na microrregião da chapada do Apodi está situada entre 50 anos ou mais, seguido por 41 a 50 anos e a faixa etária que menos se destacou foi de empreendedores com menos de 20 anos.

Gráfico 2 – Distribuição por faixa etária dos empreendedores da microrregião da Chapada do Apodi



Fonte: Autoria Própria (2021)

Tabela 2 – Distribuição por faixa etária dos empreendedores na microrregião Da Chapada do Apodi

CIDADES	ATÉ 20 ANOS	DE 21 A 30	DE 31 A 40	DE 41 A 50	MAIS DE 50
CARAÚBAS	0	5	13	28	22
APODI	0	23	15	14	33
FELIPE G.	2	10	5	7	9

TOTAL

164

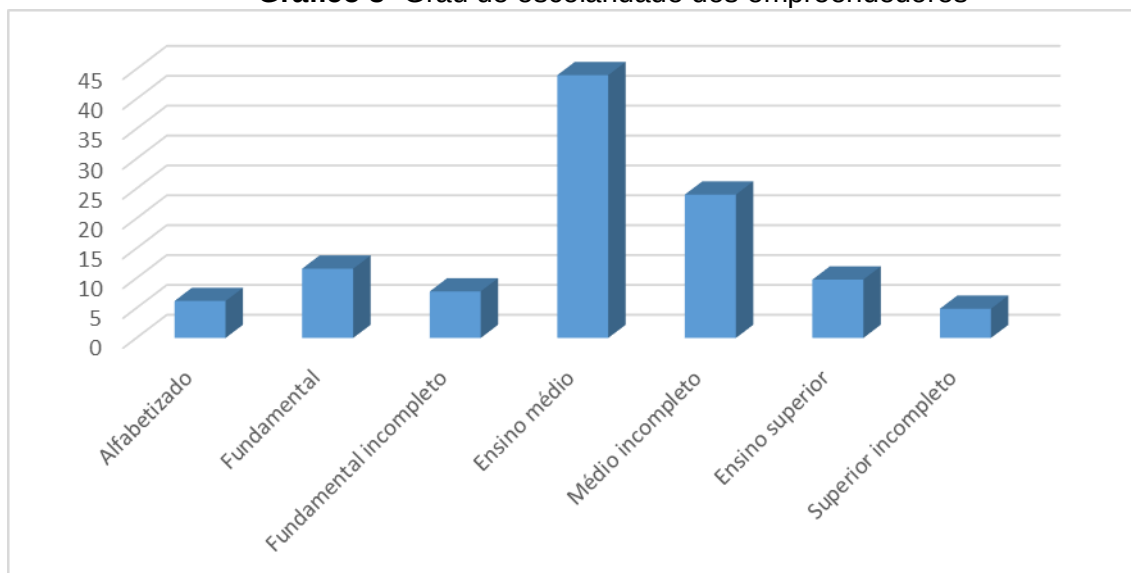
Fonte: Autoria Própria (2021)

4.3 GRAU DE ESCOLARIDADE DOS EMPREENDEDORES DA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.

Quanto maior o nível de escolaridade de uma determinada população, maiores são as taxas de empreendedorismo. Empreendedores que apresentam mais tempo de estudo, tendem a empreender mais por oportunidade e demandam mais informações e serviços. (PORTAL BRASIL, 2012).

Depois de um estudo nos dados fornecidos pelo questionário, foi percebido que na região da chapada do Apodi, grande maioria possui algum tipo de instrução escolar. A maioria dos empreendedores possui ensino médio completo, cerca de 44%. Como é representado no gráfico a seguir.

Gráfico 3- Grau de escolaridade dos empreendedores



Fonte: Autoria Própria (2021)

Tabela 3- Distribuição do grau de escolaridade da microrregião da Chapada do Apodi.

Cidades	Alfabet	Fund	Fund. inc	E. med	Med. inc	Superior	Sup. inc
Caraúbas	9	6	12	21	10	4	3
Apodi	0	1	3	12	2	7	6
F. Guerra	3	7	9	20	12	9	5

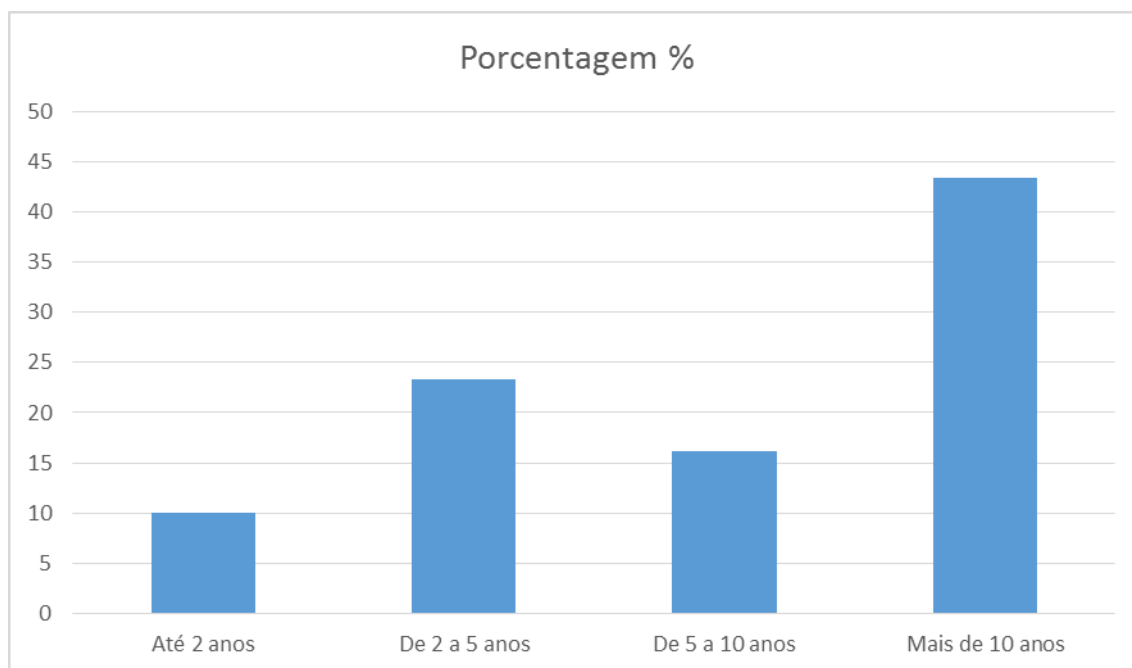
Fonte: Autoria Própria (2021)

4.4 TEMPO DE FUNCIONAMENTOS DAS EMPRESAS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI

A partir da análise dos dados, podemos perceber que os empreendimentos com mais de 10 anos são a maioria nas cidades analisadas, contando com 43,33% e os empreendimentos mais recente que foram de até 2 anos com 10% e de 2 até 5 anos com 23,33% dos empreendimentos analisados.

Isso nos mostra que a região analisada vem crescendo gradativamente durante os 10 anos anteriores e que a cidade tem um grande potencial no comércio e empreendimento.

Gráfico 4- Tempo de funcionamento de empresas na microrregião da Chapada do Apodi



Fonte: Autoria própria (2021)

Tabela 4- Distribuição por tempo de funcionamento de empresas na microrregião da Chapada do Apodi

CIDADES	ATÉ 2 ANOS	DE 2 A 5 ANOS	DE 5 A 10 ANOS	MAIS DE 10
CARAÚBAS	12	17	16	23
F. GUERRA	3	13	5	13
APODI	9	16	15	22
TOTAL				164

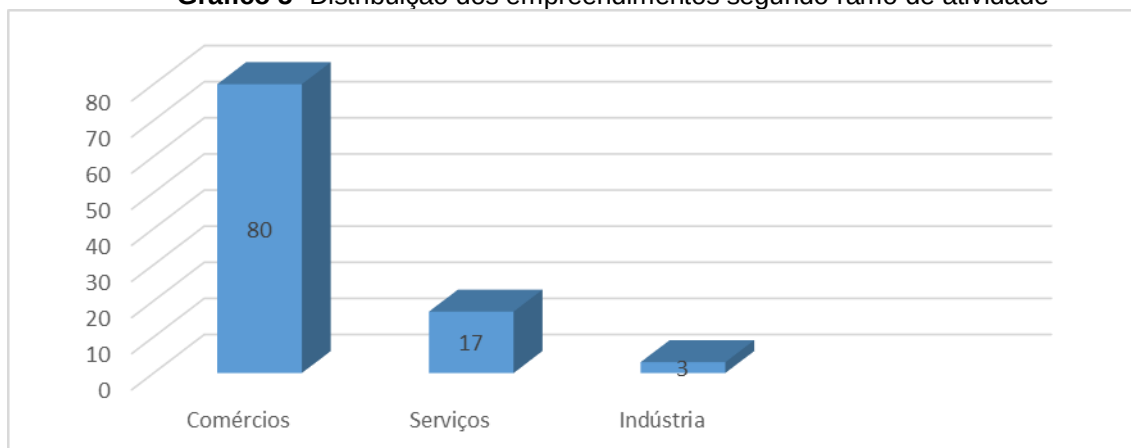
Fonte: Autoria Própria (2021)

4.5 DISTRIBUIÇÕES DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO O RAMO DE ATIVIDADES NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI

O Gráfico 5 a baixo informa que o grupo construído por vários perfis, tem um equilíbrio de boa quantidade entre serviços e comércios, apresentando uma economia mista e pequeno número de indústrias atuando.

Observamos que a maioria dos empreendimentos por seguimentos na região da chapada do Apodi tem como maioria predominante o tipo comércio com 80%, 17% em serviços e 3% em indústria.

Gráfico 5- Distribuição dos empreendimentos segundo ramo de atividade



Fonte: Autoria Própria (2021)

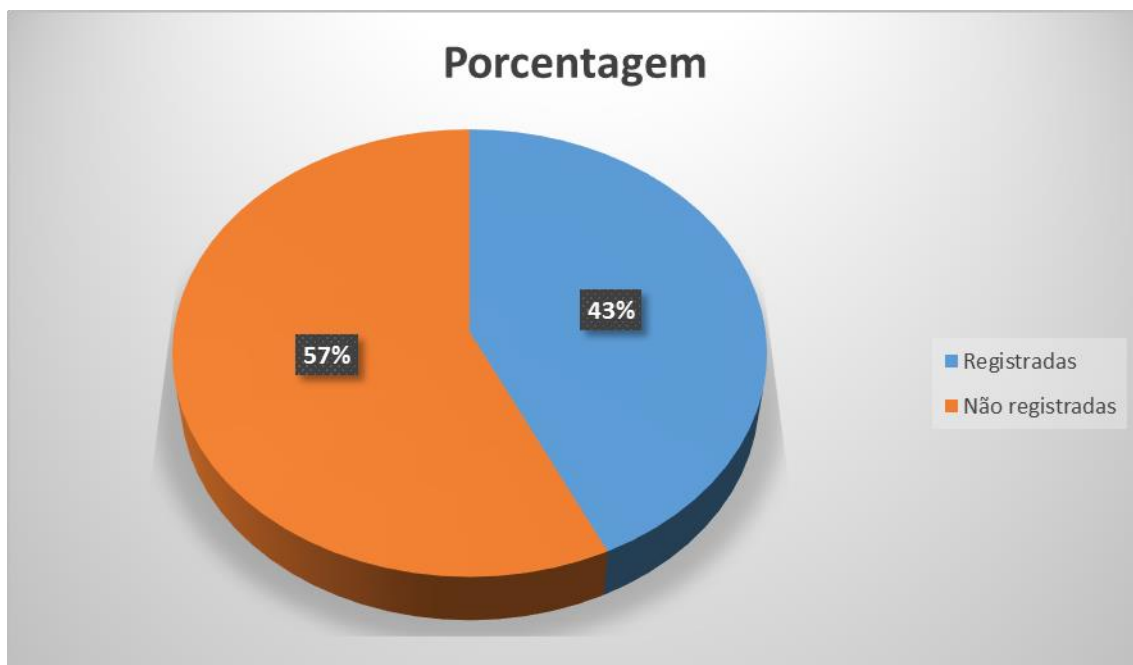
Tabela 5- Distribuição por tipo de comércios

CIDADES	COMÉRCIOS	SERVIÇOS	INDÚSTRIAS
CARAÚBAS	49	19	0
F. GUERRA	28	5	0
APODI	39	23	1
TOTAL			164

Fonte: Autoria Própria (2021)

4.6 DISTRIBUIÇÕES DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO O REGISTRO NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.

Apurou-se que 43% dos estabelecimentos entrevistados, afirmaram que seus negócios são registrados e 57% afirmaram não serem registradas. Apesar de existirem leis que estimulam a legalização de empresas, na região ainda existe um percentual muito elevado de negócios não legalizados.

Gráfico 6- Porcentagem de estabelecimentos segundo registros

Fonte: Autoria Própria (2021)

Tabela 6- Quantidade segundo registro

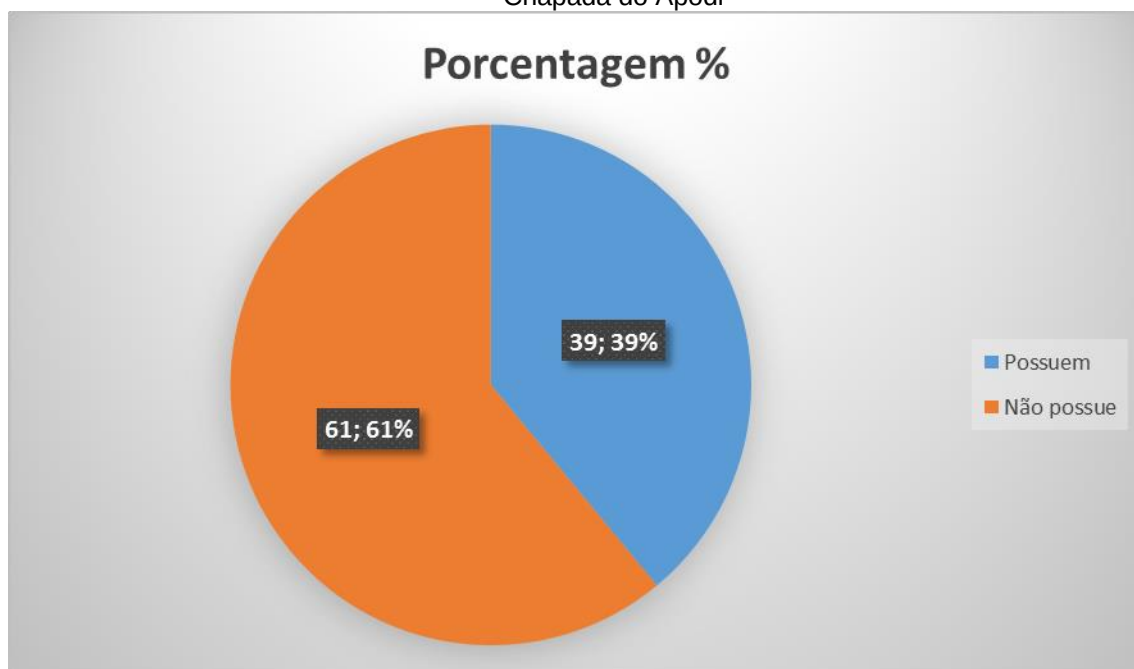
CIDADES	REGISTRADAS	NÃO REGISTRADAS
CARAÚBAS	19	49
F. GUERRA	18	14
APODI	29	34
TOTAL		164

Fonte: Autoria Própria (2021)

4.7 DISTRIBUIÇÕES DOS EMPREENDIMENTOS QUE REALIZARAM EMPRÉSTIMO PÚBLICO NA REGIÃO DA CHAPADA DO APODI- RN

Analizou que no gráfico que a maioria dos empreendimentos não possuem empréstimos públicos, contando com 61%. Essa maioria se dá pelo fato da região possuir a classificação do porte empresarial de microempreendedores como dominante, como mostrado no gráfico mais à frente sobre porte empresarial. Os outros 39% não possuem empréstimos públicos.

Gráfico 7- Distribuição dos empreendimentos que realizaram empréstimo públicos na microrregião da Chapada do Apodi



Fonte: Autoria própria (2021)

Tabela 7- Quantidade de empreendimentos que realizaram empréstimo publico

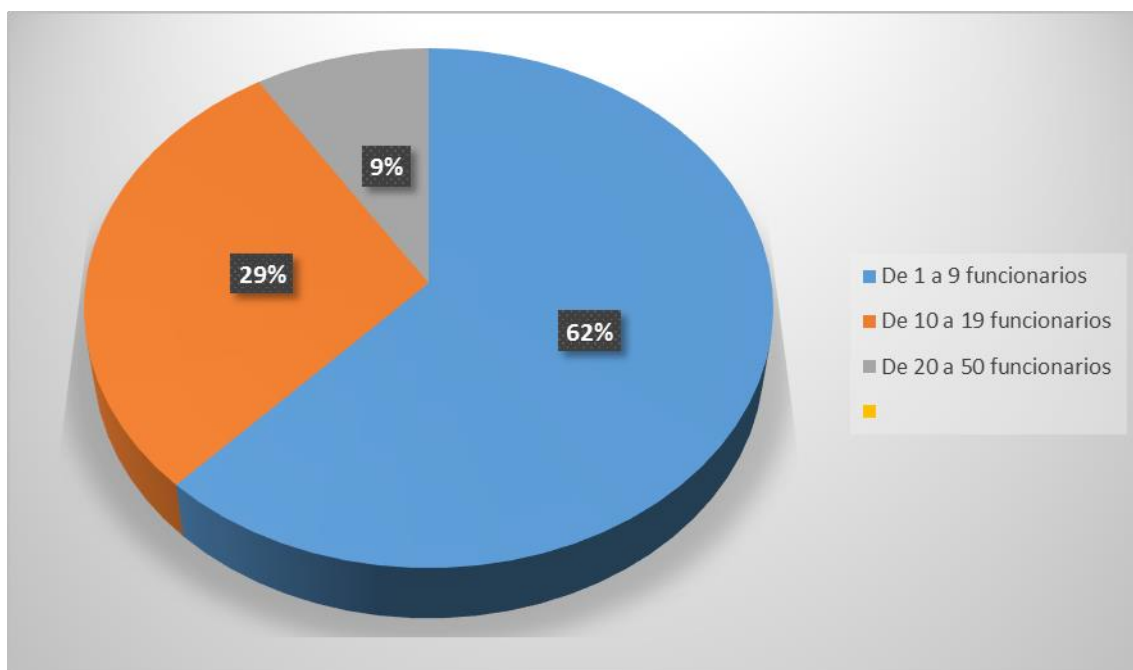
CIDADES	POSSUEM	NÃO POSSUEM
CARAÚBAS	9	59
F. GUERRA	9	24
APODI	42	21
TOTAL		164

Fonte: Autoria Própria (2021)

4.8 DISTRIBUIÇÃO DA QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.

Foi constatado que 62% dos empreendedores tinham entre 1 a 9 funcionários, e 36% não possui funcionários, entre 10 a 19 funcionários são cerca de 29% dos entrevistados, e de 20 a 50 funcionários são cerca de 9%. Nenhuma empresa analisada tem mais de 50 funcionários em seu estabelecimento ou empresa.

Gráfico 8- Distribuição por quantidade de funcionários



Fonte: Autoria própria (2021)

Tabela 8- Distribuição por quantidade de funcionários na microrregião da Chapada do Apodi

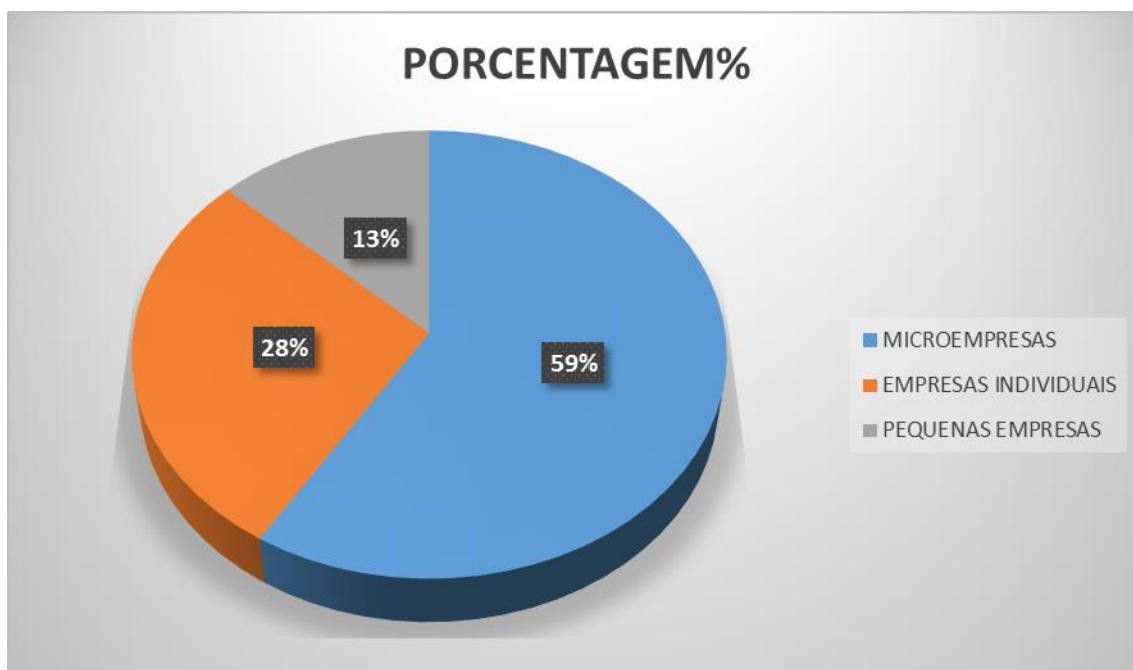
CIDADES	DE 1 A 9 FUNCIONÁRIOS	DE 10 A 19 FUNCIONÁRIOS	DE 20 A 50 FUNCIONÁRIOS
CARAÚBAS	32	3	2
F. GUERRA	21	0	0
APODI	22	3	1

Fonte: Autoria Própria (2021)

4.9 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS PELO PORTE DA EMPRESA NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI

A partir do meio de estudo para a classificação de empresas, onde tem como fator determinante a quantidade de funcionários que a empresa possui, foi analisado os empreendimentos da região em pesquisa. De acordo com o gráfico a cidade possui 58,82% dos empreendimentos de microempresas e 28,24% de empresas individuais e 12,94% pequenas empresas.

Gráfico 9- Distribuição dos empreendimentos não registrados pelo porte da empresa



Fonte: Autoria Própria (2021)

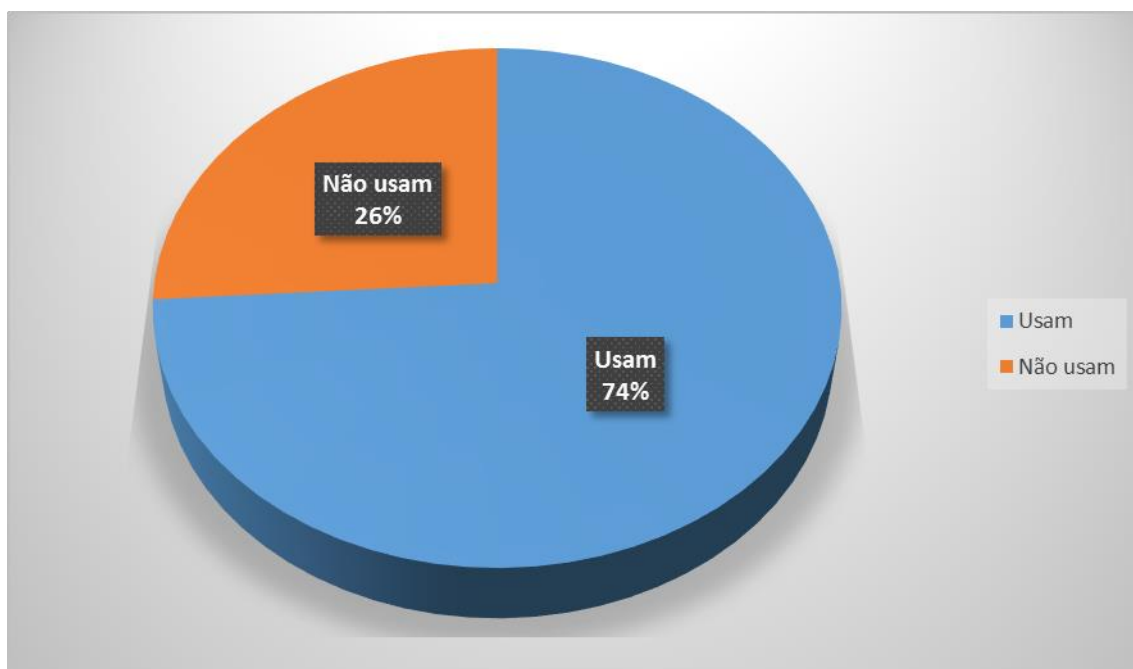
Tabela 9- Distribuição dos empreendimentos pelo tipo de porte na microrregião da Chapada do Apodi

CIDADES	MICROEMPRESAS	E. INDIVIDUAIS	PEQUENAS EMPRESA
CARAÚBAS	26	40	2
F. GUERRA	16	2	0
APODI	48	28	2
TOTAL			164

Fonte: Autoria Própria (2021)

4.10 DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS PELO USO DE TECNOLOGIA NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI.

De acordo com o gráfico analisado, constatar que, as maiorias da parte dos empreendimentos usam a tecnologia na sua empresa, totalizando 74,00% dos empreendimentos entrevistados. Já 26,00% dos empreendimentos entrevistados, dizem que não fazem uso da tecnologia no estabelecimento.

Gráfico 10– Percentual dos empreendimentos que faz uso de tecnologias.

Fonte: Autoria própria (2021)

Tabela 10- Empresas que fazem uso de tecnologia na microrregião da Chapada do Apodi

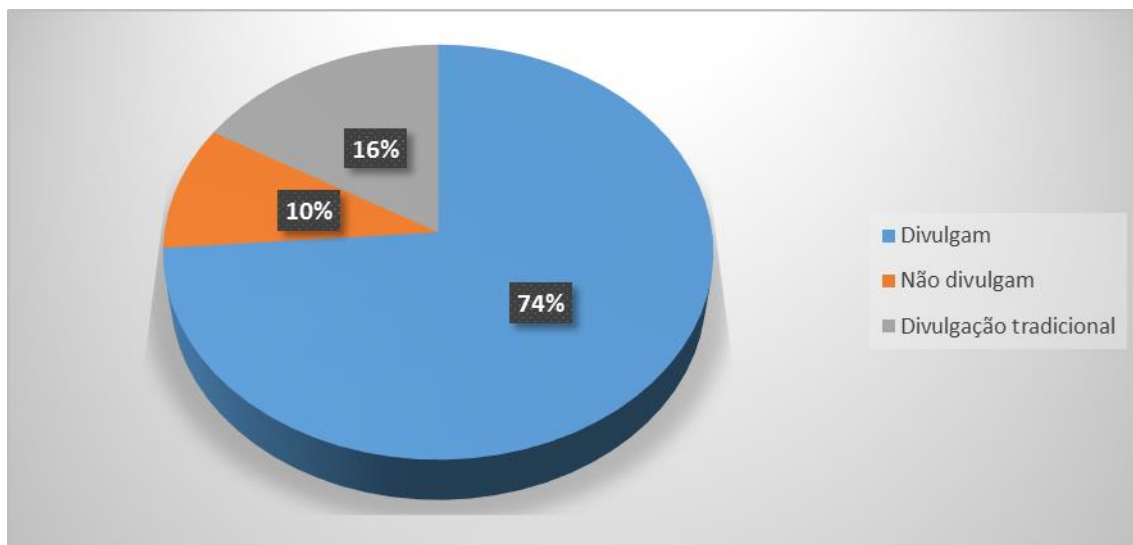
CIDADES	USAM TECNOLOGIA	NÃO USA TECNOLOGIA
CARAÚBAS	38	30
F. GUERRA	27	19
APODI	32	18
TOTAL		164

Fonte: Autoria própria (2021)

4.11 DIVULGAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS NA MICRORREGIÃO DA CHAPADA DO APODI

Através dos dados analisados, como já esperado obtemos a maioria dos Empreendimentos divulgando seu produto através das redes sociais, com 74%. Seguido da divulgação tradicional (Jornais, rádio, panfletos, ou carro de som) que acarretou cerca de 16% dos dados. Logo em seguida vem os empreendimentos que não fazem a divulgação do seu empreendimento, que contou com cerca de 10% dos entrevistados.

Gráfico 11- Distribuição total dos empreendimentos que fazem uso da divulgação



Fonte: Autoria própria (2021)

Tabela 11- Distribuição empreendimentos que fazem uso da divulgação na microrregião da Chapada do Apodi

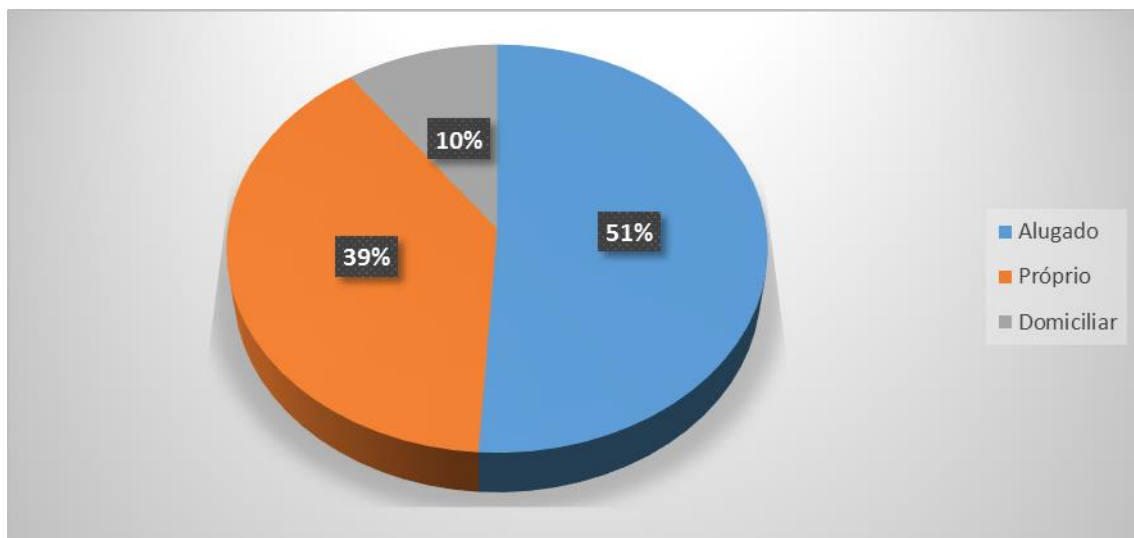
CIDADES	DIVULGAM	DIVULGAÇÃO TRADICIONAL	NÃO DIVULGAM
CARAÚBAS	32	21	14
F. GUERRA	25	3	8
APODI	34	8	20
TOTAL			164

Fonte: Autoria própria (2021)

4.12 DISTRIBUIÇÕES DOS EMPREENDIMENTOS SEGUNDO O USO DOS ESTABELECIMENTOS NA REGIÃO DA CHAPADA DO APODI

Podemos perceber que a maioria dos empreendimentos da chapada do Apodi se encontram alugados, com 51%. Onde focalizamos nossa pesquisa. Sendo assim constatamos que a maioria dos empreendedores gerem suas empresas em estabelecimentos alugados. Vindo seguido de empreendimentos próprios, com 39%, que confirma que os empreendimentos estão caracterizados basicamente em Empreendimentos próprios e alugados, pois se notou que pouco mais de 10% dos empreendimentos analisados são de caráter domiciliar na pesquisa.

Gráfico 12- Distribuição total segundo o uso dos estabelecimentos



Fonte: Autoria Própria (2021)

Tabela 12- Distribuição por tipo de negócio na microrregião da Chapada do Apodi

CIDADES	ALUGADO	PRÓPRIO	DOMICILIAR
CARAÚBAS	15	40	13
F. GUERRA	25	13	8
APODI	34	8	8
TOTAL			164

Fonte: Autoria própria (2021)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolver dessa pesquisa pode trazer futuramente mais detalhadamente o desenvolver da análise de fatores que abrange detalhadamente os comércios da microrregião da Chapada do Apodi.

Dados recentes afirmam que em todo Brasil, o gênero feminino, vem ganhando espaço na visão empreendedora, porém nas cidades apresentadas da região da chapada do Apodi, o gênero masculino ainda prevalece,

A maioria dos empreendedores está na faixa de 50 anos, onde a maior parte deles possui o ensino médio completo, seguido por o ensino superior completo.

No que diz respeito ao tempo de funcionamento das empresas o maior número se dá com empresas ou negócios com mais de 10 anos de funcionamento, contando com 43,33% dos entrevistados. Podendo também ser dado em conta o crescimento de novas empresas nesses anos, pois a parcela de empresa até 2 anos é expressiva 23,33% do percentual analisado.

Incluir-se que 51% dos estabelecimentos são alugados, 10% são domiciliares e 39% são próprios. 83,82% dos empreendedores pretendem realizar melhorias futuras para os seus empreendimentos.

Conclui-se então, que o trabalho realizado atingiu a expectativa do que foi analisado, destacando o principal perfil do empreendedor da microrregião da Chapada do Apodi e mostrando a visão de como o empreendedor está atenuado nas questões da economia regional. E em um futuro próximo, novos empreendedores poderão ter mais facilidade na entrada do mercado, devido as pesquisas feitas na microrregião da Chapada do Apodi.

REFERÊNCIAS

JUNIOR, Jose Ferreira da silva júnior; **EXPLORAÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA E PERFIL DOS EMPREENDEDORES NO MUNICÍPIO DE CARAÚBAS-RN**. Angicos, 2016. 77f . Monografia (Bacharel em ciência e tecnologia) – Universidade Federal Rural do semiárido. Pró reitoria de graduação. 2016.

BARBOSA, Herbertt Silva Barbosa; **EMPREENDEDORES DA CIDADE APODI-RN: CARACTERÍSTICAS E DINÂMICA LOCAL**, Angicos, 2018. 46f. Monografia (Bacharel em ciência e tecnologia) – Universidade Federal Rural do Semiárido. Pró reitoria de graduação. 2018.

LIMA, Kamilla Rayssa Lucas de lima; **ANÁLISE E DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS E EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE FELIPE GUERRA – RN**, Angicos, 2017. 73f. Monografia (Bacharel em ciência e tecnologia) – Universidade Federal Rural do Semiárido. Pró reitoria de graduação. 2017.

blog.softensistemas.com.br/mortalidade-das-empresas/> Acesso em 02 de maio de 2021
sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/mortalidade-e-sobrevivencia-das-empresas,> Acesso em 02 de maio de 2021.

DOLABELA, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

Brasil - Cidade Brasil - Microrregião do Agreste Potiguar – 2012.

Cidade-brasil.com.br/municipio-apodi.html

Cidade-brasil.com.br/municipio-caraubas.htmlcidade-brasil.com.br/municipio-felipe-querra.html

Cidade-brasil.com.br/municipio-governador-dix-sept-rosado.html