



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS EXATAS, TECNOLÓGICAS E HUMANAS.
BACHARELADO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA

LUCAS QUERINO DA COSTA BORGES

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DE CERRO CORÁ - RN**

ANGICOS

2018

LUCAS QUERINO DA COSTA BORGES

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DE CERRO CORÁ - RN**

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

Orientador: Prof. Msc. Rogério Taygra Vasconcelos Fernandes

ANGICOS

2018

© 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.

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas
da Universidade Federal Rural do Semi-Árido, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B732c Borges, Lucas Querino da Costa.
CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL
DOS EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DE CERRO
CORÁ - RN / Lucas Querino da Costa Borges. - 2016. 61 f. : il.

Orientador: Rogério Taygra Vasconcelos Fernandes.
Monografia (graduação) - Universidade Federal Rural do Semi-
árido, Curso de Ciência e Tecnologia, 2016.

1. Empreendedorismo. 2. Perfil Empreendedor. 3. Cerro Corá - RN.
- I. Fernandes, Rogério Taygra Vasconcelos , 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.

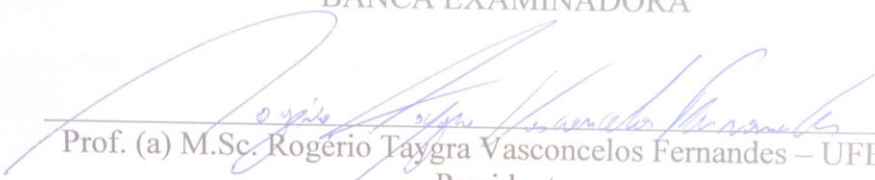
LUCAS QUERINO DA COSTA BORGES

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL DE CERRO CORÁ - RN**

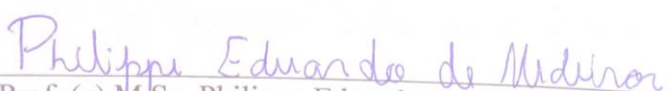
Monografia apresentada a Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como requisito
para obtenção do título de Bacharel em
Ciência e Tecnologia.

Defendida em: 10 / 11 / 2016.

BANCA EXAMINADORA


Prof. (a) M.Sc. Rogério Taygra Vasconcelos Fernandes – UFERSA
Presidente


Prof. (a) Dra. Sileide de Oliveira Ramos – UFERSA
Primeiro Membro


Prof. (a) M.Sc. Philippe Eduardo de Medeiros – UFERSA
Segundo Membro

RESUMO

Atualmente muito tem se falado a respeito da atividade empreendedora no Brasil e no mundo, mostrando ser uma prática que cresce de forma acelerada, com base na criatividade e inovação, proporcionando desenvolvimento no que diz respeito ao quadro econômico e social. Considerando o índice de novos empreendimentos, este trabalho de pesquisa procura visualizar e caracterizar o atual cenário empreendedor brasileiro e especificamente o da cidade de Cerro Corá, localizada na mesorregião central potiguar do estado do Rio Grande do Norte. Para a realização e desenvolvimento deste trabalho, utilizou-se como metodologia uma pesquisa bibliográfico-documental, através da literatura clássica e de uma pesquisa de campo, além do estudo de caso. Desta forma, foi aplicado um formulário onde faz presente a indagação sobre o gênero, faixa etária e grau de escolaridade dos empreendedores, assim como o tempo de funcionamento, ramo e o porte dos empreendimentos do município. Mostrando sua distribuição de acordo com os setores econômicos bem como a utilização de tecnologia da informação disponíveis no mercado. Posteriormente, identificando resultados nos quais mostram que o município de Cerro Corá/RN retrata a predominância dos empreendedores do gênero masculino e o alto índice de empresas individuais e microempresas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Perfil empreendedor. Cerro Corá - RN.

ABSTRACT

Currently much has been said about the entrepreneurial activity in Brazil and in the world, being a practice that grows at an accelerated rate, based on creativity and innovation, providing development with regard to economic and social framework. Considering the rate of new developments, this research seeks to visualize and characterize the current scenario Brazilian entrepreneur and specifically the city of Cerro Corá, located in the central middle region of Natal Rio Grande do Norte state. For the realization and development of this work, it was used as a methodology one bibliographic and documentary research by classical literature and field research, in addition to the case study. Thus, it applied a form where this is the question on gender, age and level of education of entrepreneurs, as well as the operating time, branch and size of the municipal enterprises. Showing their distribution according to the economic sectors and the use of information technology on the market. Later, identifying where results show that the municipality of Cerro Corá/RN portrays the predominance of male entrepreneurs and the high rate of small businesses.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial Profile. Cerro Corá/RN.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	–	Localização do Município de Cerro Corá no mapa do Rio Grande do Norte	31
Figura 2	–	Município de Cerro Corá/RN	32
Figura 3	–	Município de Cerro Corá/RN	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE – Brasil – 2002:2015.	21
Gráfico 2	– Taxas de empreendedorismo Novo e Nascente e do Produto Interno Bruto (PIB) – Brasil – 2002:2015.	22
Gráfico 3	– Distribuições dos empreendedores por gênero no município de Cerro Corá/RN	34
Gráfico 4	– Distribuições dos empreendedores por faixa etária no município de Cerro Corá/RN	35
Gráfico 5	– Distribuições dos empreendedores por grau de escolaridade no município de Cerro Corá/RN	36
Gráfico 6	– Distribuições dos empreendimentos segundo o tempo de funcionamento no município de Cerro Corá/RN	38
Gráfico 7	– Distribuições dos empreendimentos segundo o ramo de atividades no município de Cerro Corá/RN.....	39
Gráfico 8	– Distribuições dos empreendimentos segundo o registro no município de Cerro Corá/RN	40
Gráfico 9	– Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Cerro Corá/RN	41
Gráfico 10	– Distribuições dos empreendimentos que realizaram empréstimo público no município de Cerro Corá/RN	42
Gráfico 11	– Distribuições dos empreendimentos segundo o porte no município de Cerro Corá/RN.....	43
Gráfico 12	– Distribuições dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Cerro Corá/RN	44
Gráfico 13	– Distribuições dos empreendimentos que utilizam serviço de divulgação no município de Cerro Corá/RN.....	45
Gráfico 14	– Distribuições dos empreendimentos segundo o caráter no município de Cerro Corá/RN	46
Gráfico 15	– Distribuições dos empreendedores segundo o uso dos estabelecimentos no município de Cerro Corá/RN	47

Gráfico 16	–	Distribuições dos empreendedores que pretendem realizar melhorias futuras em seus empreendimentos no município de Cerro Corá/RN	48
Gráfico 17	–	Fatores condicionantes que levaram os empreendedores abrir um negócio no município de Cerro Corá/RN	49
Gráfico 18	–	Distribuições por tipos de empreendimentos do centro comercial do município de Cerro Corá/RN	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– Taxa de empreendedorismo segundo estágio dos empreendimentos – Brasil – 2015	21
Tabela 2	– Empreendedores segundo o estágio de maturação por gênero (em %).	22
Tabela 3	– Distribuição percentual dos empreendedores segundo características sociodemográficas – Brasil - 2015	23
Tabela 4	– Critérios de classificação de empresas de acordo com a ANVISA, quanto ao faturamento anual	27
Tabela 5	– Critérios de classificação de empresas de acordo com o BNDES, quanto ao faturamento anual.	27
Tabela 6	– Critérios de classificação de empresas de acordo com o SEBRAE, quanto ao número de Empregados.	27
Tabela 7	– Distribuições dos empreendedores por gênero no município de Cerro Corá/RN	35
Tabela 8	– Distribuições dos empreendedores por faixa etária no município de Cerro Corá/RN	36
Tabela 9	– Distribuições dos empreendedores por grau de escolaridade no município de Cerro Corá/RN.....	37
Tabela 10	– Distribuições dos empreendimentos segundo o tempo de funcionamento no município de Cerro Corá/RN	38
Tabela 11	– Distribuições dos empreendimentos segundo o ramo de atividades no município de Cerro Corá/RN.	39
Tabela 12	– Distribuições dos empreendimentos segundo o registro no município de Cerro Corá/RN	40
Tabela 13	– Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Cerro Corá/RN	41
Tabela 14	– Distribuições dos empreendimentos que realizaram empréstimo público no município de Cerro Corá/RN	42
Tabela 15	– Distribuições dos empreendimentos segundo o porte no município de Cerro Corá/RN	43
Tabela 16	– Distribuições dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Cerro Corá/RN	44

Tabela 17	–	Distribuições dos empreendimentos que utilizam serviço de divulgação no município de Cerro Corá/RN	45
Tabela 18	–	Distribuições dos empreendimentos segundo o caráter no município de Cerro Corá/RN.....	46
Tabela 19	–	Distribuições dos empreendedores segundo o uso dos estabelecimentos no município de Cerro Corá/RN	47
Tabela 20	–	Distribuições dos empreendedores que pretendem realizar melhorias futuras em seus empreendimentos no município de Cerro Corá/RN.....	48
Tabela 21	–	Fatores condicionantes que levaram os empreendedores abrir um negócio no município de Cerro Corá/RN	49
Tabela 22	–	Distribuições por tipos de empreendimentos do centro comercial do município de Cerro Corá/RN	51

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	Justificativa	16
1.2	Problema e objetivos	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	Empreendedorismo	18
2.1.1	Definição	18
2.1.2	Histórico	18
2.2	Empreendedorismo no Brasil	20
2.3	Tipo de empreendedores mais comuns no Brasil	23
2.3.1	Empreendedor informal	24
2.3.2	Empreendedor cooperado	24
2.3.3	Empreendedor individual	24
2.3.4	Empreendedor franqueado e franqueador	24
2.3.5	Empreendedor social	25
2.3.6	Empreendedor corporativo	25
2.3.7	Empreendedor público	25
2.3.8	Empreendedor qualificado	25
2.3.9	Empreendedor do negócio próprio	25
2.4	Gênero dos empreendedores	26
2.5	Tipos de empresas	26
2.5.1	Grandes empresas	28
2.5.2	Pequena e média empresa	28
2.5.3	Microempresa	29
2.5.4	Microempreendedor individual - MEI	29
3	METODOLOGIA	30
3.1	Delimitação do estudo	30
3.2	Procedimento de coleta de dados	30
3.3	Tratamento dos dados	31
3.4	Caracterização da área de estudo	31
3.5	População e amostra	32
4	RESULTADOS	34

4.1	Distribuição dos empreendedores por gênero no município de Cerro Corá/RN	34
4.2	Distribuição dos empreendedores por faixa etária no município de Cerro Corá/RN	35
4.3	Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade no município de Cerro Corá/RN	36
4.4	Distribuição dos empreendimentos segundo o tempo de funcionamento no município de Cerro Corá/RN	37
4.5	Distribuição dos empreendimentos segundo o ramo de atividade no município de Cerro Corá/RN	3
4.6	Distribuição dos empreendimentos segundo o registro no município de Cerro Corá/RN	39
4.7	Distribuição dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Cerro Corá/RN	40
4.8	Distribuição dos empreendimentos que realizam empréstimo público no município de Cerro Corá/RN	41
4.9	Distribuição dos empreendimentos segundo o porte no município de Cerro Corá/RN	42
4.10	Distribuição dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Cerro Corá/RN	43
4.11	Distribuição dos empreendimentos que utilizam serviços de divulgação no município de Cerro Corá/RN	44
4.12	Distribuição dos empreendimentos segundo o caráter no município de Cerro Corá/RN	45
4.13	Distribuição dos empreendimentos segundo o uso dos estabelecimentos no município de Cerro Corá/RN	46
4.14	Distribuição dos empreendedores que pretendem realizar melhorias futuras em seus empreendimentos no município de Cerro Corá/RN	47
4.15	Fatores condicionantes que levaram os empreendedores abrir um negócio no município de Cerro Corá/RN	48
4.16	Distribuição por tipos de empreendimentos no centro comercial do município de Cerro Corá/RN	50
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	52

REFERÊNCIAS	54
APÊNDICE – A	57
APÊNDICE – B	61

1 INTRODUÇÃO

É visível o papel do empresário empreendedor como um dos principais fatores que contribuem para desenvolvimento social e econômico de uma região. No Brasil, a motivação dos empreendedores iniciais pode ser a necessidade ou a oportunidade. Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, abrindo um negócio com a finalidade de gerar rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de suas famílias. Os empreendedores por oportunidade identificam uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decidem empreender mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda, mostrando que a criatividade, inovação e a qualificação no ramo empreendedor são características empreendedoras viáveis, tendo em vista a concorrência de mercado (Global Entrepreneurship Monitor – GEM, 2015).

A pesquisa realizada pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor), principal pesquisadora sobre empreendedorismo no mundo, com o auxílio do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), revela que, em 2015, quatro em cada dez brasileiros adultos já possuem um negócio ou estão envolvidos com a criação de uma empresa no país. Guilherme Afif Domingos, presidente do SEBRAE, destaca que o empreendedorismo é uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades que a economia vem passando. Para ele, é necessário promover ações que reduzam a burocracia, simplifiquem a legislação, facilitem o crédito e incentivem a educação empreendedora. “Precisamos facilitar a vida de quem empreende ou quer empreender. Quanto mais crédito e menos tempo o empresário perde com entraves burocráticos, mais ele pode se dedicar ao seu negócio, o que gera mais empregos e renda para os brasileiros”, diz Afif.

O processo de desenvolvimento econômico requer a geração de emprego e renda para a população. Nos países em desenvolvimento, o empreendedorismo pode dar uma grande contribuição para a criação de novos postos de trabalho. Em seguida, abordar a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico de uma nação, assim como dos pequenos empreendimentos para o desenvolvimento local e da importância da formação de parcerias entre os pequenos empreendimentos no intuito de alavancarem seus negócios.

Destarte, vale ressaltar que em muitos países, inclusive o Brasil, os atos empreendedores estão iniciando seu processo de desenvolvimento e ampliação, principalmente no que abrange ao empreendedorismo social, que pode contribuir na redistribuição dos recursos e proporcionar um aproveitamento do vasto potencial existente no país (MANCINI; YONEMOTO, 2010).

Como o empreendedorismo está crescendo e atingindo altos patamares de inovação em todo mundo, o Brasil não fica para trás, seguindo firmemente a mesma linha de evolução e crescimento. De 2014 a 2015, o Brasil demonstrou que seu percentual de empreendedorismo inicial passou de 17,2% para 21,0%, impulsionados pela eficiência. Logo, as cidades e as grandes metrópoles conseguem atingir um alto índice de empreendedores criativos e inovadores, dispostos a assumir riscos em busca de retorno financeiro, satisfação pessoal e/ou social (Global Entrepreneurship Monitor – GEM, 2015).

1.1 Justificativa

O termo empreendedor é utilizado há muito tempo, pode-se dizer que desde a Idade Média. Ao longo dos séculos, com as constantes transformações que vem ocorrendo nas sociedades, principalmente a partir do século XX, uma nova visão de mundo começa a emergir. Dentro deste cenário, o empreendedor passou a ocupar posição notória, uma vez que devido as suas características individuais agregam valor à sociedade (MANCINI; YONEMOTO, 2010).

Dessa forma, faz-se necessário a realização do estudo do atual cenário empreendedor da cidade, tendo em vista uma qualificação precária dos comerciantes a respeito das funções e inúmeras habilidades que o empreendedor tem como principais qualidades. Por meio da análise dos dados coletados, torna-se possível a transformação de prováveis demandas em oportunidades de negócios para o município, averiguando assim o grau de inovação comercial e de serviços, evidenciando aspectos que necessitam ser melhorados para lhes proporcionar um bem-estar financeiro ao empreendedorismo local.

Então, a identificação dos fatores que geram a satisfação do empreendedor e consequentemente o crescimento do empreendimento, pode abrir inúmeras possibilidades de tomada de decisões, onde a empresa pode conhecer o desempenho universal dos serviços diante do exigente mercado consumidor, e, dessa forma, tomando decisões mais precisas para melhor atender as necessidades e requisições dos consumidores.

1.2 Problema e objetivos

Considerando o crescimento de novos empreendedores no atual cenário brasileiro, por motivo de maiores incentivos aos empreendedores por oportunidade, que pode ter voltado a um patamar mais equilibrado quando comparada com o empreendedorismo por necessidade

(Guilherme Afif Domingos – Presidente do SEBRAE). Assim como o município de Cerro Corá/RN, localizada no interior do estado do Rio Grande do Norte, microrregião da Serra de Santana, que, por meio de uma pesquisa de campo com o auxílio de um formulário, foi diagnosticado os perfis dos empreendedores e a caracterização dos empreendimentos que residem no centro comercial da cidade: a predominância das empresas individuais e microempresas disponibiliza notável nível de empregabilidade local, fazendo com que o município se desenvolva de forma econômica e social; assim como a falta de empresas de caráter cooperativo e associação; mostrando um baixo nível de empreendedores qualificados.

Desta forma, foi definido o seguinte problema de pesquisa: “caracterização dos empreendimentos e perfil dos empreendedores do centro comercial de cerro corá”.

Para demonstrar e responder ao problema da pesquisa, o objetivo deste estudo é reunir dados específicos sobre a caracterização dos empreendedores e seus respectivos empreendimentos no centro comercial da cidade em questão, afim de obter informações relevantes para uma posterior análise.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

2.1.1 Definição

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (SEBRAE, 2007, p. 15).

O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas. (Robert K. Menezes - professor de Empreendedorismo da UFCG).

Empreendedorismo, segundo Schumpeter (1988), é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos. Já para Dolabela (2010) corresponde a um o processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza.

Segundo Dornelas (2008) empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

2.1.2 Histórico

O ser humano sempre foi considerado um empreendedor, pelo motivo de sempre ter que criar e/ou inovar em busca de melhor qualidade de vida ou até mesmo da própria sobrevivência. Mas historicamente a primeira definição de empreendedor é como um ser “intermediário”, tendo como primeiro exemplar Marco Polo, que, adotando um sistema capitalista de viver, assinava um contrato com pessoas que possuíam grandes mercadorias e vendia para outros na qual se interessavam pelo produto. Ressaltando os riscos físicos e emocionais que Marco Polo assumia nesta atividade “intermediária” (HISRICH, 2004).

Na Idade Média o termo empreendedor assume a característica de administrador, onde ficou caracterizado como uma pessoa que gerencia projetos de produção, na qual o indivíduo não assumia riscos, apenas administrava projetos, sabendo-se que os recursos vinham geralmente do governo de determinada região. O exemplo mais claro de empreendedor nesta época é o clérigo e os profissionais encarregados das obras arquitetônicas como as abadias e castelos (HISRICH, 2004).

Teoricamente, os possíveis riscos que envolve os empreendedores se fez presente a partir do século XVII, pois nesse período o empreendedor firmava um acordo contratual com o governo para oferecer produtos e/ou serviços estipulados, fazendo com que o empreendedor assumisse riscos de lucro ou perda resultante das negociações realizadas. Exemplificando este “novo” empreendedor, John Law, renomado economista escocês, conseguiu permissão para estabelecer um banco real, criando a Mississippi Company com o auxílio de Richard Cantillon.

Percebendo tal fato, Richard Cantillon, economista da década de 1680, desenvolveu umas das primeiras teorias relacionada ao empreendedor. Cantillon é considerado por alguns o criador do termo empreendedor ressaltando: o empreendedor como alguém que corria riscos, observando que os comerciantes, fazendeiros, artesãos e outros proprietários individuais “compram a um preço certo e vende a um preço incerto, portanto operam com risco”.

Já nos séculos XIX e meados do século XX, o empreendedor era o mesmo que um gerente, qualquer pessoa que organiza e opera uma empresa para lucro pessoal. Em meados do século XX, estabeleceu-se a noção de empreendedor como inovador. A função de empreender passa a ser reformar ou revolucionar o padrão de produção, produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, uma nova comercialização para produtos (HISRICH, 2004).

Continuando a linhagem de desenvolvimento do conceito empreendedor, outra mudança fez com que seja possível diferenciar empreendedor e fornecedor de capital, que nos séculos seguintes, meados do século XX, foi possível distinguir um empreendedor de um administrador. Chegando ao termo contemporâneo onde, apesar de ser abrangente definir o termo empreendedorismo, já é algo real, tendo como principais características o indivíduo inovador, reformando ou revolucionando o padrão de produção na realização de um novo bem ou um bem antigo de maneira nova (HISRICH, 2004).

2.2 Empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2012): “O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas”.

Com o alto índice de empreendedores no Brasil a partir da década de 90, necessitou-se de informações técnicas e conhecimento sobre administrar algum empreendimento, logo, associado à necessidade, embargou o apoio do SEBRAE que forneceu suporte técnico aos pequenos empreendimentos, havendo atualmente outros programas que auxiliam o empreendedor. Na última década o Brasil destacou-se por criar diversas bases para o empreendedorismo crescer e fortificar no país. Este fato é provado em números através do relatório executivo do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que em 2015 a TTE (Taxa Total de Empreendedores) alcançou 39,3%, superior à observada em 2014 (34,4%). Nesse contexto, a TEA (Taxa de Empreendedores Iniciais) alcançou 21,0%, ou seja, em cada 100 brasileiros, 21 estão envolvidos com uma atividade empreendedora em estágio inicial (Tabela 1). (GEM - Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

De 2014 para 2015, a TEA (Taxa de Empreendedores Iniciais) do Brasil variou de 17,2% para 21,0%. Esse crescimento foi determinado pelo aumento na taxa de empreendedorismo nascente, que passou de 3,7% em 2014 para 6,7% em 2015. O aumento na taxa de empreendedorismo novo foi pequeno, de 13,8% em 2014 para 14,9% em 2015. Além disso, como será analisado a seguir, o crescimento da taxa de empreendedorismo nascente está relacionado principalmente ao aumento do empreendedorismo por necessidade (GEM - Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

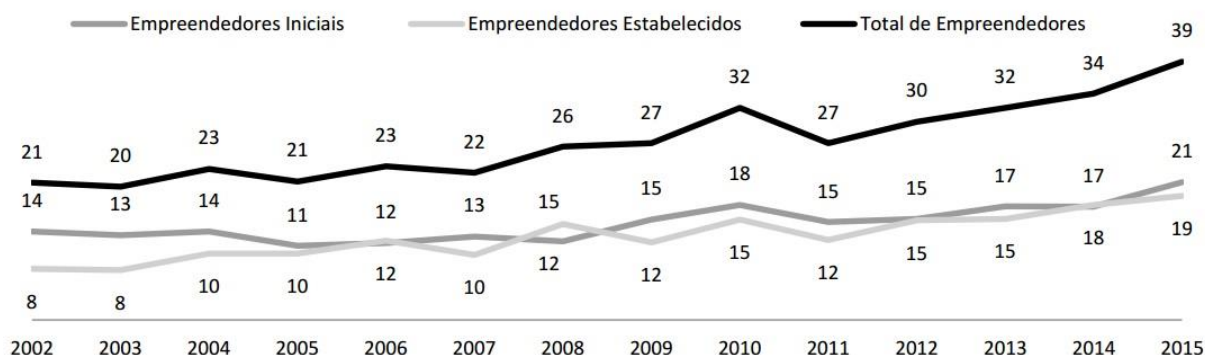
O Gráfico 1 apresenta a evolução das taxas de empreendedorismo no período 2002-2015. Desde 2002, verifica-se uma tendência de aumento nas taxas de empreendedorismo, particularmente a partir de 2005. A taxa total aumentou de 21%, em 2002, para 39%, em 2015. As taxas de empreendedorismo inicial e estabelecido também aumentaram, alcançando, em 2015, 21% e 19%, respectivamente.

Tabela 1 – Taxas de empreendedorismo segundo estágio dos empreendimentos – Brasil – 2015.

Estágio	Brasil	
	2014	2015
Iniciais	17,2	21,0
Nascentes	3,7	6,7
Novos	13,8	14,9
Estabelecidos	17,5	18,9
Total de empreendedores	34,4	39,3

Fonte: GEM Brasil 2015.

Gráfico 1 – Taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE – Brasil – 2002:2015.

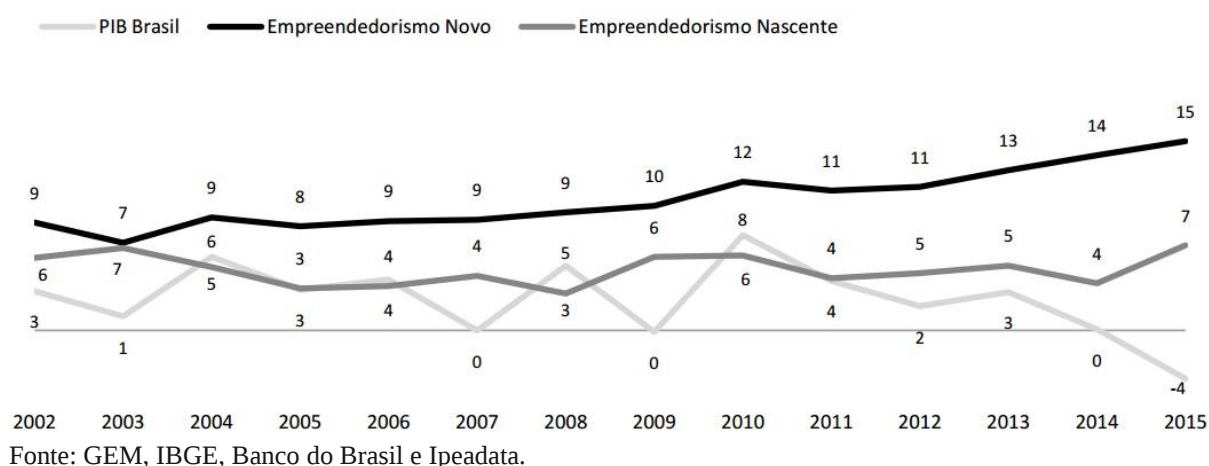


Fonte: GEM Brasil 2015.

Aparentemente, durante o período de maior expansão da economia (2002-2013), o empreendedorismo total cresceu puxado pela sua componente por oportunidade, indicando ser o maior fator, no caso brasileiro. No período de retração da economia (2014 e 2015), o empreendedorismo total continuou crescendo, porém, agora puxado pela sua componente por necessidade. Isto pode ser um indicativo de que o empreendedorismo no Brasil pode estar assumindo um comportamento mais independente do nível de atividade econômica, talvez sendo mais fortemente influenciado, na última década, por outros fatores estruturais que também estão em processo de mudança, tais como: o aumento do nível de escolaridade dos brasileiros; a redução da burocracia e do peso dos impostos, particularmente no caso dos negócios mais simples e de menor escala de faturamento (a exemplo da criação do MEI); ou até mudanças estruturais na sociedade, agora, cada vez mais propensa à atividade empreendedora.

Nesse contexto, a resiliência da taxa de empreendedorismo inicial decorreu da sustentação das taxas de empreendedorismo novo e nascente (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Taxas de empreendedorismo Novo e Nascente e do Produto Interno Bruto (PIB) – Brasil – 2002:2015.



A Tabela 2 apresenta a distribuição percentual dos empreendedores iniciais brasileiros segundo o gênero. Estruturalmente, a importância do empreendedorismo feminino vem crescendo no Brasil. Em 2002, 57,6% dos empreendedores iniciais eram homens e 42,4%, mulheres. Desde 2010, esses percentuais são muito semelhantes, indicando uma maior participação das mulheres no total de empreendedores iniciais (GEM - Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

Tabela 2 - Empreendedores segundo o estágio de maturação por gênero (em %).

Estágio	Feminino	Masculino	Brasil
Empreendedores Iniciais	20,3	21,6	21,0
Nascentes	6,1	7,3	6,7
Novos	15,1	14,7	14,9
Empreendedores Estabelecidos	16,6	21,3	18,9
Total de empreendedores na população adulta	36,4%	42,4%	39,3%

Fonte: GEM Brasil 2015.

As estimativas resultantes dos percentuais expressados na Tabela 3, permitem quantificar o número de empreendedores segundo cada uma dessas características, o que é relevante para a definição de políticas e programas de políticas de apoio à atividade empreendedora, em particular no que se refere ao conhecimento da escala de sua clientela.

Tabela 3 – Distribuição percentual dos empreendedores segundo características sociodemográficas – Brasil – 2015.

Características do empreendedor	Brasil 2015		
	TEA	TEE	TTE
Gênero			
Masculino	51,0	55,7	53,3
Feminino	49,0	44,3	46,7
Total	100,0	100,0	100,0
Faixa etária			
18 a 24 anos	19,2	4,9	12,6
25 a 34 anos	32,8	17,0	25,7
35 a 44 anos	24,3	27,6	25,5
45 a 54 anos	15,2	30,8	22,6
55 a 64 anos	8,4	19,6	13,6
Total	100,0	100,0	100,0
Renda familiar			
Até 3 salários mínimos	60,8	54,6	58,1
Mais de 3 até 6 salários mínimos	28,7	36,5	32,1
Mais de 6 até 9 salários mínimos	7,1	5,2	6,2
Mais de 9 salários mínimos	3,4	3,7	3,6
Total	100,0	100,0	100,0
Nível de escolaridade¹			
Educ0	26,0	35,9	30,6
Educ1	18,5	20,4	19,7
Educ2	48,8	38,5	43,7
Educ3+	6,7	5,1	6,0
Total	100,0	100,0	100,0
Estado civil			
Casado	37,0	47,4	41,8
União estável	18,1	16,0	17,3
Divorciado	4,5	9,2	6,8
Solteiro	39,2	22,6	31,1
Viúvo	1,0	4,0	2,4
Outros	0,2	0,8	0,5
Total	100,0	100,0	100,0
Cor			
Branca	38,4	38,0	38,2
Preta	9,4	8,0	8,6
Parda	52,0	52,7	52,4
Outras	0,2	1,3	0,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2015.

¹ Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

2.3 Tipos de empreendedores mais comuns no Brasil

Sabendo-se das grandes variações dos perfis empreendedores no país, e, como cada um tem seus motivos para empreender, há dois grandes grupos: os empreendedores por

necessidade, que só empreendem para sobreviver, e os empreendedores por oportunidade, que identificam um nicho com potencial de crescimento. A seguir as principais classificações propostas por Dornelas.

2.3.1 Empreendedor informal

Este tipo ganha dinheiro porque precisa sobreviver. “O informal está muito ligado a necessidades. A pessoa não tem visão de longo prazo, quer atender necessidade de agora”, diz Dornelas.

O empreendedor deste perfil trabalha para garantir o suficiente para viver, tem um risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro. “Esse tipo tem diminuído bastante com iniciativas como o Microempreendedor Individual (MEI)”, opina.

2.3.2 Empreendedor cooperado

Este tipo costuma empreender ligado a cooperativas, como artesãos. Por isso, trabalho em equipe é primordial. Sua meta é crescer até poder ser independente. “Empreende de maneira muito intuitiva”, explica Dornelas. Geralmente, estes empreendedores dispõem de poucos recursos e tem um baixo risco.

2.3.3 Empreendedor individual

Este é o empreendedor informal que se formalizou através do MEI e começa a estruturar de fato uma empresa. “Por mais que esteja formalizado, ele não está pensando em crescer muito”, diz Dornelas. Este perfil ainda está muito ligado à necessidade de sobrevivência e geralmente trabalha sozinho ou com mais um funcionário apenas.

2.3.4 Empreendedor franqueado e franqueador

Muitos desconsideram o franqueado como empreendedor, mas a iniciativa de comandar o negócio, mesmo que uma franquia, deve ser levada em conta. Geralmente, procuram uma renda mensal média e o retorno do investimento. Do outro lado, está o franqueador, responsável por construir uma rede através de sua marca. “Costumam ser exemplos de empreendedorismo”, afirma.

2.3.5 Empreendedor social

A vontade de fazer algo bom pelo mundo aliada a ganhar dinheiro move este empreendedor. “Este tipo tem crescido muito, principalmente entre os jovens que, ainda na faculdade, têm aberto o próprio negócio para resolver problemas que a área pública não consegue”, diz Dornelas. Nesta categoria, trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.

2.3.6 Empreendedor corporativo

É o intraempreendedor, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha. “O dilema das empresas hoje é aumentar a quantidade de pessoas com esse perfil”, explica. Seu principal objetivo é crescer na carreira, com promoções e bônus.

2.3.7 Empreendedor público

O empreendedor público é uma variação do corporativo para o setor governamental. Para Dornelas, ainda existem muitos funcionários públicos preocupados em utilizar melhor recursos e inovar nos serviços básicos. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é nobre e tem valor para a sociedade.

2.3.8 Empreendedor qualificado

Este empreendedor usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar. É como um atleta que se prepara e ganha medalhas importantes. “Eles sabem capitalizar para empreender e fazer acontecer, como escritores e artistas”, explica. Eles buscam realização profissional e reconhecimento com isso.

2.3.9 Empreendedor do negócio próprio

Este é o mais comum e costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida ou porque pensa grande. “Este é o mais se aproxima do visionário”, define Dornelas. Dentro deste perfil, encontramos subtipos: o empreendedor nato, o serial e o “normal”.

O empreendedor nato costuma ser tido como genial, com trajetória de negócio exemplar, como Bill Gates. Já o serial é aquele que cria negócios em sequência. Ele não se apaixona pela empresa em si, mas pelo ato de empreender. Por fim, o “normal” é o empreendedor que planeja para minimizar os riscos e segue o plano estabelecido.

No fundo, todos procuram satisfação pessoal, autonomia financeira e querem deixar um legado. “Esses modelos não são estáticos. Ele pode evoluir e mudar para outro tipo no decorrer da sua vida”, explica Dornelas.

2.4 Gênero dos empreendedores

Na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), em 2015, a Taxa Total de Empreendedores (TTE) chegou a 39,3% das pessoas. Este foi o maior nível da série histórica, desde 2002. A Taxa Total de Empreendedores chegou a 42,4% no grupo dos homens e a 36,4% no grupo das mulheres. Portanto, no cômputo geral, os homens são proporcionalmente mais empreendedores que as mulheres. As taxas de empreendedorismo masculino também são mais altas no caso dos “Empreendedores Iniciais”, dos “Empreendedores Estabelecidos” e dos “Empreendedores Nascentes”. Apenas no caso dos “Empreendedores Novos” (com até 3,5 anos), a taxa feminina superou a masculina, em 2015, o que indica que, entre 2012 e 2015, possivelmente ocorreu um movimento mais forte de entrada de mulheres na atividade empreendedora (GEM - Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

2.5 Tipos de empresas

A dificuldade de encontrar um consenso para classificação de empresas é grande, pois ainda não se tem uma justificativa aceita por todos que definam cada tipo de empresa. Isso se deve à dificuldade de mensurar e/ou interpretar termos como: “grandes, médios e pequenos”, pois existem diversas possibilidades e fatores para suas medições. Assim sendo consenso que cada país, órgão, região ou qualquer que seja tenha seus próprios critérios de classificação.

No Brasil existe a Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 que regulamenta os tipos de empresa por porte, mas alguns órgãos como o BNDES e SEBRAE têm sua própria jurisdição no qual qualifica tais empresas, sempre levando em consideração a legislação brasileira. Essas qualificações se dão através da receita bruta anual e número de funcionários.

A partir das Tabelas 4, 5 e 6 é possível constatar cada critério de classificação das empresas de acordo com a ANVISA, BNDES e o SEBRAE.

Tabela 4 - Critérios de classificação de empresas de acordo com a ANVISA, quanto ao faturamento anual.

CLASSIFICAÇÃO	FATURAMENTO ANUAL
Grupo I - Grande	Superior a R\$ 50.000.000,00
Grupo II - Grande	Igual ou inferior a R\$ 50.000.000,00 e superior a R\$ 20.000.000,00
Grupo III - Média	Igual ou inferior a R\$ 20.000.000,00 e superior a R\$ 6.000.000,00
Grupo IV - Média	Igual ou inferior a R\$ 6.000.000,00
Pequena	Igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 e superior a R\$ 360.000,00
Microempresa	Igual ou inferior a R\$ 360.000,00

Fonte: Adaptado ANVISA.

Tabela 5 - Critérios de classificação de empresas de acordo com o BNDES, quanto ao faturamento anual.

CLASSIFICAÇÃO	RECEITA OPERACIONAL BRUTA ANUAL
Grande empresa	Maior que R\$ 300 milhões
Média-grande empresa	Maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões
Média empresa	Maior que R\$ 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões
Pequena empresa	Maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões
Microempresa	Menor ou igual a R\$ 2,4 milhões

Fonte: Adaptado BNDS (2015).

Tabela 6 – Critérios de classificação de empresas de acordo com o SEBRAE, quanto ao número de Empregados.

CLASSIFICAÇÃO	NÚMERO DE EMPREGADOS	
	INDÚSTRIA	COMÉRCIO E SERVIÇOS
Grande empresa	Mais de 500	Mais de 100
Média empresa	Entre 100 e 499	Entre 50 e 99
Pequena empresa	Entre 20 e 99	Entre 10 e 49
Microempresa	Até 19	Até 9

Fonte: Adaptado SEBRAE (2015).

2.5.1 Grandes empresas

Como mostrado nas tabelas acima, uma empresa é classificada como grande a partir de diferentes critérios, como o faturamento anual e quantidade de funcionários. Quanto ao faturamento anual as grandes empresas têm que possuir uma receita bruta de R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais) de acordo com os critérios adotados pela ANVISA (2015), sendo que, a mesma ainda subdivide empresas de grande porte em dois subgrupos, o Grupo I que tem receitas superiores a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) e o Grupo II que está abaixo deste valor. No que diz respeito à quantidade de funcionários, este tipo de empresa deve ter mais de 500 trabalhadores se caso for uma indústria ou mais de 100 funcionários se for uma empresa do setor de comércio e serviços, de acordo com o SEBRAE (2015). Apesar de não existir lei específica para classificação de grandes empresas segundo a quantidade de funcionários, esta classificação é de uma metodologia interna do SEBRAE.

2.5.2. Pequena e média empresa

O SEBRAE classifica uma média empresa como aquela que possui no setor industrial o número de 100 a 499 funcionários, e, no setor comercial e de serviços, determina um intervalo de 50 a 99 funcionários. Ressaltando que este critério determinado pelo SEBRAE não está constituído na legislação. Segundo o BNDES, uma empresa média tem esta classificação quando gera uma receita bruta anual maior que R\$ 16 milhões e menor/igual a R\$ 90 milhões.

Steenkamp e Kashyap (2010) mostram que, internacionalmente, pequenas e médias empresas constituem um grupo diversificado e dinâmico das empresas, sendo que o tamanho da empresa é medida de forma variada, pois embora o número de empregos, números de vendas ativas e classificação industrial sejam normalmente utilizados para determinar o tamanho, as diversas estruturas das economias fazem uma única definição impraticável.

Segundo Tiffany (1998), diz que uma pequena empresa é a que mais necessita de planejamento estratégico, pois os recursos são limitados e um único erro pode significar o fracasso ou até mesmo a falência do negócio. Levando em consideração que o planejamento é uma ferramenta que fornece uma visão do futuro desta empresa, com isso, a probabilidade e eficiência de uma empresa planejadora em aproveitar as oportunidades e explorar suas potencialidades são maiores.

2.5.3 Microempresa

É uma sociedade empresária ou simples no qual possua até 9 funcionários no setor de serviços e até 19 funcionários no setor industrial. Tem que estar devidamente registrada nos órgãos competentes e apresentar receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Este tipo de empresa são as que mais empregam funcionários no Brasil, consequentemente o governo tem investido em diversas políticas públicas que incentivam os microempresários. A Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas é uma dessas políticas que reduzem diversos impostos cobrados a estes tipos de empreendimentos. (SEBRAE, ANVISA).

2.5.4 Microempreendedor individual – MEI

Os microempreendedores individuais estão em ascensão no cenário brasileiro, onde abriu a possibilidade de organizar esta nova categoria de empresa. Mostrando ser os profissionais que trabalha por conta própria e se legaliza com CNPJ, apresentando faturamento anual de até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) e não podem ser sócios ou titular outro empreendimento. Esta categoria foi criada para atender os diversos empreendedores brasileiros no qual não possuíam condições de arcar com os altos impostos cobrados a uma empresa e viviam na informalidade, sendo assim o MEI é isento na maioria dos impostos, ficando como encargo apenas um valor fixo mensal.

Como benefício dessa formalização, os microempreendedores individuais podem contratar até um funcionário, emitir nota, participar de licitações, ampliar prazos para pagamentos, comprar direto de fornecedores, entre outras vantagens. Ainda conta com vários benefícios previdenciários como: aposentadoria, licença maternidade, auxílio doença, entre outros.

3 METODOLOGIA

Neste tópico será exibida toda metodologia utilizada no decorrer da pesquisa que proporcionaram alcançar todas as informações necessária, como a delimitação da área de estudo, procedimento de coleta de dados e sua análise, além de algumas informações pertinentes da população e do município de Cerro Corá/RN.

3.1 Delimitação do estudo

Diante do contexto desse trabalho, esta pesquisa se limita mediante dois fatores: ao perfil dos empreendedores e a caracterização dos empreendimentos; realizada no centro comercial do município de Cerro Corá/RN, localizada na mesorregião central potiguar do estado do Rio Grande do Norte; tendo como cronograma de atividades de pesquisa e análise os meses de abril a junho do decorrente ano. Sendo parte integrante do projeto de pesquisa “Caracterização dos empreendimentos e perfil dos empreendedores dos municípios do estado do RN”, sob a coordenação do Prof. Dr. Maristélio da Cruz Costa, cadastrado junto a PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PROPPG da UFRN sob o código: PI1517F-33.

3.2 Procedimentos de coleta de dados

A maneira utilizada e mais eficaz para o desenvolvimento da obtenção dos dados coletados foi a pesquisa de campo, que foram acrescentados com dados conseguidos através de pesquisas bibliográficas referentes ao tema na cidade de Cerro Corá/RN. Sabendo-se que os dados bibliográficos se deram através de uma revisão em pesquisas anteriores realizada no estado do Rio Grande do Norte, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), levantando dados quantitativos e qualitativos do empreendedorismo local, estadual e de todo o país. A pesquisa de campo, segundo Vergara (2000) “[...] é a investigação de um tema realizada no local que ocorreu o evento ou que tenha elementos para explicá-lo [...]”, assim foram feitas visitas de campo ao município de Cerro Corá com a aplicação de formulário de entrevista individual com os empreendedores do município, a fim de se conhecer de forma mais específica as atividades empreendedoras existentes, como mostrado no Apêndice A.

3.3 Tratamento dos dados

No que se refere ao tratamento dos dados utilizou-se principalmente a ferramenta operacional Microsoft Office Excel® e Microsoft Office Word®, onde foi possível organizar os dados brutos obtidos durante as pesquisas bibliográficas e de campo, já que as pesquisas seguiram a ótica do tipo quantitativa, onde foram obtidos dados como: nome do empreendimento, nome do empreendedor, idade, sexo, escolaridade, dentre outros. Com a utilização da ferramenta acima citada foi possível codificação das respostas, tabulação dos dados e análise e interpretação destes, fazendo ainda a construção de gráficos, tabelas e quadros com as informações agora conhecidas. Sendo estes dados de fundamental importância para efeito de comparação com outras cidades e na própria caracterização do município.

3.4 Caracterização da área de estudo

O presente estudo foi realizado no município de Cerro Corá, que está localizada na microrregião da Serra de Santana, no Estado do Rio Grande do Norte, como mostra na Figura 1, com área territorial de 393,60 km², com população de 11.305 habitantes no ano de 2014. Está a 128,70 km de distância da capital do estado, Natal. Possui um clima temperado e frio, com temperatura anual média aproximadamente 23,1°C, apresentando IDH, no ano de 2013, igual a 0,607. (Prefeitura Municipal de Cerro Corá).

Figura 1 – Localização do Município de Cerro Corá no mapa do RN.



Fonte: IBGE (2016)

Figura 2 – Município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Prefeitura Municipal de Cerro Corá/RN.

Figura 3 – Município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Prefeitura de Cerro Corá/RN.

3.5 População e amostra

A pesquisa tomou como público alvo os empreendimentos formais e informais existentes no município Cerrocoraense, buscando um número satisfatório de amostras da

pesquisa, fazendo com que a margem de erro seja mínima, em seguida, alcançando 67 empreendimentos.

Os resultados adquiridos das amostras realizada junto aos empreendedores equivale à aplicação do formulário contido no Apêndice A, onde o mesmo possui 25 perguntas do tipo objetivas e subjetivas, fazendo com que os objetivos deste trabalho de pesquisa sejam concluídos.

4 RESULTADOS

Baseado nos dados adquiridos a partir da pesquisa bibliográfica e, comparando-os aos dados contidos de acordo como foi apresentado na metodologia deste trabalho, este capítulo tem como finalidade a análise e esclarecimento dos dados coletados a partir da pesquisado de campo no município de Cerro Corá/RN. Esclarecendo de forma quantitativa e qualitativa a caracterização dos empreendedores e seus respectivos empreendimentos por meio de números percentuais extraído das informações contidas nas respostas do formulário aplicado.

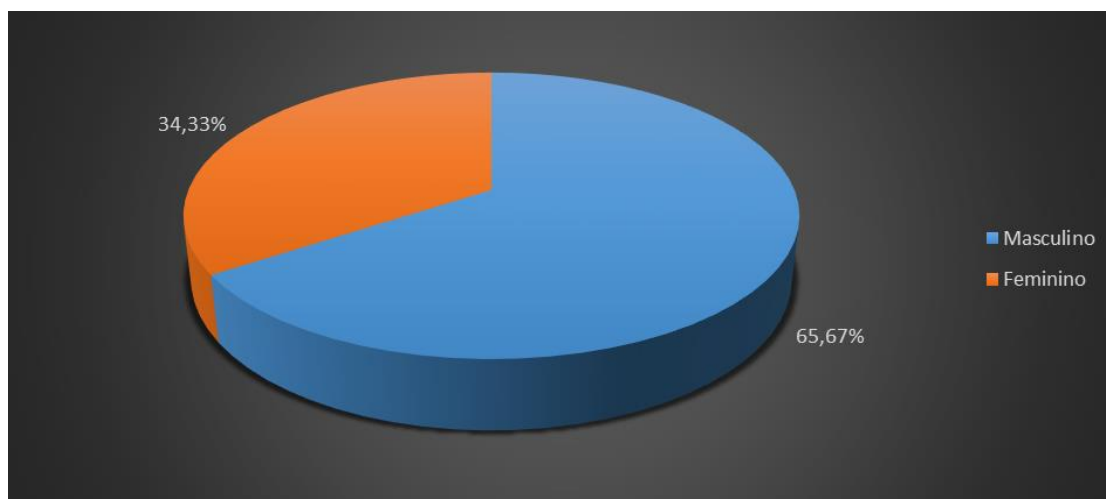
Buscando esclarecer a participação das mulheres no cenário empreendedor local, as informações a seguir serão sempre exibidas separadas por gênero, fazendo com que seja possível comparar e relacionar com a estatística nacional obtida pelo GEM(2015).

4.1 Distribuição dos empreendedores por gênero no município de Cerro Corá/RN

Diferente do cenário brasileiro, Cerro Corá/RN apresenta maior porcentagem no número de empreendedores do sexo masculino com 65,67%. Segundo o GEM, em 2015, o Brasil registrou cerca de 53,3 % empreendedores homens e, logo, 46,7% no número de mulheres empreendedoras no país, sendo assim superior ao número de mulheres no atual cenário empreendedor do município de Cerro Corá/RN 34,33%.

Analizando o Gráfico 3, apesar do inferior número de mulheres no empreendedorismo Cerrocoraense, o percentual de empregabilidade é superior ao dos homens, ou seja, as mulheres proporcionam mais emprego e renda, fazendo com que o percentual de desempregados diminua e, contudo, desenvolvendo o quadro econômico e social local.

Gráfico 3 - Distribuições dos empreendedores por gênero no município de Cerro Corá/RN.



Fonte:

Autoria própria (2016).

Tabela 7 – Distribuições dos empreendedores por gênero no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade	Percentual%
Masculino	44	65,67%
Feminino	23	34,33%

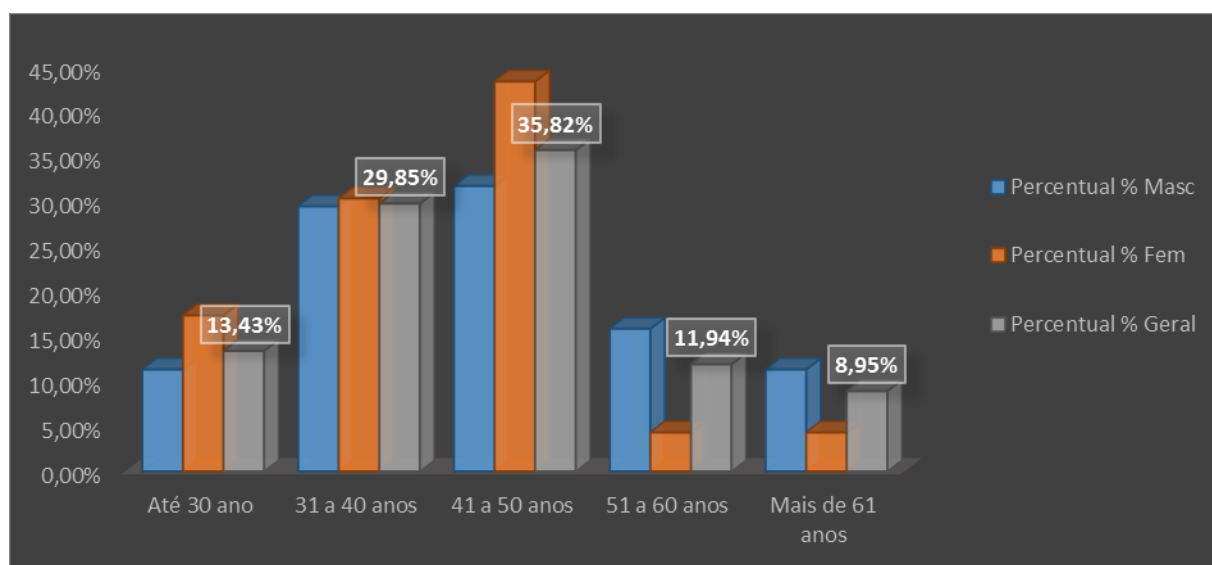
Fonte: Autoria própria (2016).

4.2 Distribuição dos empreendedores por faixa etária no município de Cerro Corá/RN

No que se refere à faixa etária dos empreendedores da cidade, o Gráfico 4 mostra que sua maioria se faz presente entre 41 e 50 anos de idade (35,82%). Contudo, o percentual de empreendedores com mais de 40 anos apresenta ser mais predominante na cidade com 56,71%. Empreendedores com faixa etária entre 31 e 40 anos é o segundo maior percentual com 29,85%, sequencialmente, até 30 anos, 51 a 60 e com idade superior a 61 anos, 13,43%, 11,94% e 8,95% respectivamente.

Examinando em relação ao gênero, a predominância estar nos empreendedores com idade entre 41 e 50 anos de idade, para ambos os gêneros, com percentuais equivalentes a 31,81% para os homens e 43,47% em relação às mulheres.

Gráfico 4 – Distribuições dos empreendedores por faixa etária no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 8 – Distribuições dos empreendedores por faixa etária no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Até 30 anos	5	4	9	11,36%	17,39%	13,43%
31 a 40 anos	13	7	20	29,54%	30,43%	29,85%
41 a 50 anos	14	10	24	31,81%	43,47%	35,82%
51 a 60 anos	7	1	8	15,90%	4,34%	11,94%
Mais de 61 anos	5	1	6	11,36%	4,34%	8,95%

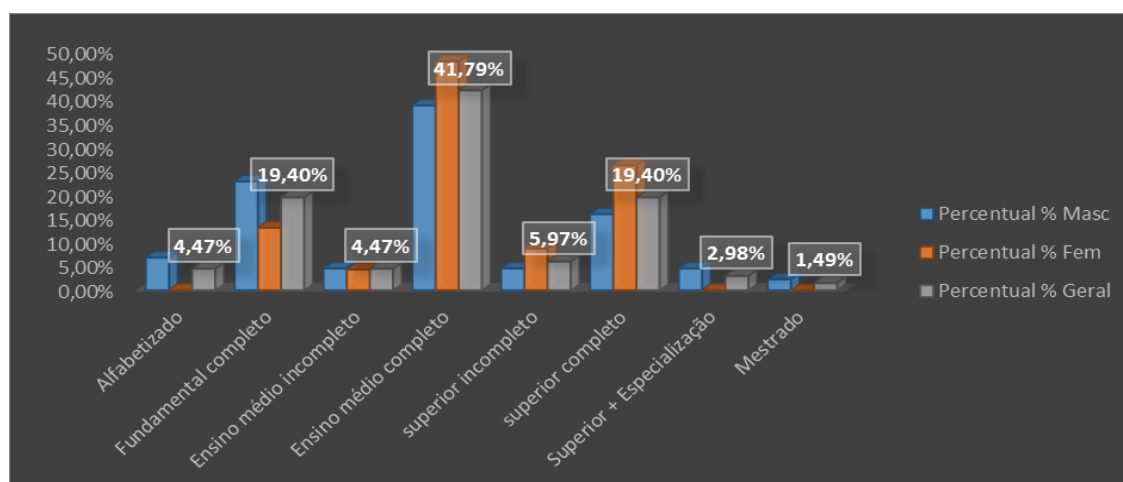
Fonte: Autoria própria (2016).

4.3 Distribuição dos empreendedores por grau de escolaridade no município de Cerro Corá/RN

Avaliando o nível de escolaridade dos empreendedores locais, de acordo com o Gráfico 5 ou Tabela 9, mostra a predominância dos empreendedores com nível de escolaridade equivalente ao ensino médio completo (41,79%), tanto do gênero masculino como no feminino, com 38,63% e 47,82% respectivamente. Ressaltando o percentual das mulheres que apresentam grau de escolaridade pertencentes ao ensino superior completo que, com o segundo maior índice apurado (26,08%), aponta um nível interessante de mulheres qualificadas no empreendedorismo da cidade, assim como o do município como um todo (19,40%).

Apesar do alto índice de empreendedores com ensino médio completo, Cerro Corá/RN, aponta que aproximadamente 30% apresentam ao menos nível superior incompleto, ou melhor, o cenário empreendedor Cerrocoraence demonstra um admissível percentual de qualificação, contribuindo diretamente com o desenvolvimento local.

Gráfico 5 – Distribuições dos empreendedores por grau de escolaridade no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 9 – Distribuições dos empreendedores por grau de escolaridade no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Alfabetizado	3	0	3	6,81%	0,00%	4,47%
Fundamental completo	10	3	13	22,72%	13,04%	19,40%
Ensino médio incompleto	2	1	3	4,54%	4,34%	4,47%
Ensino médio completo	17	11	28	38,63%	47,82%	41,79%
superior incompleto	2	2	4	4,54%	8,69%	5,97%
superior completo	7	6	13	15,90%	26,08%	19,40%
Superior + Especialização	2	0	2	4,54%	0,00%	2,98%
Mestrado	1	0	1	2,27%	0,00%	1,49%

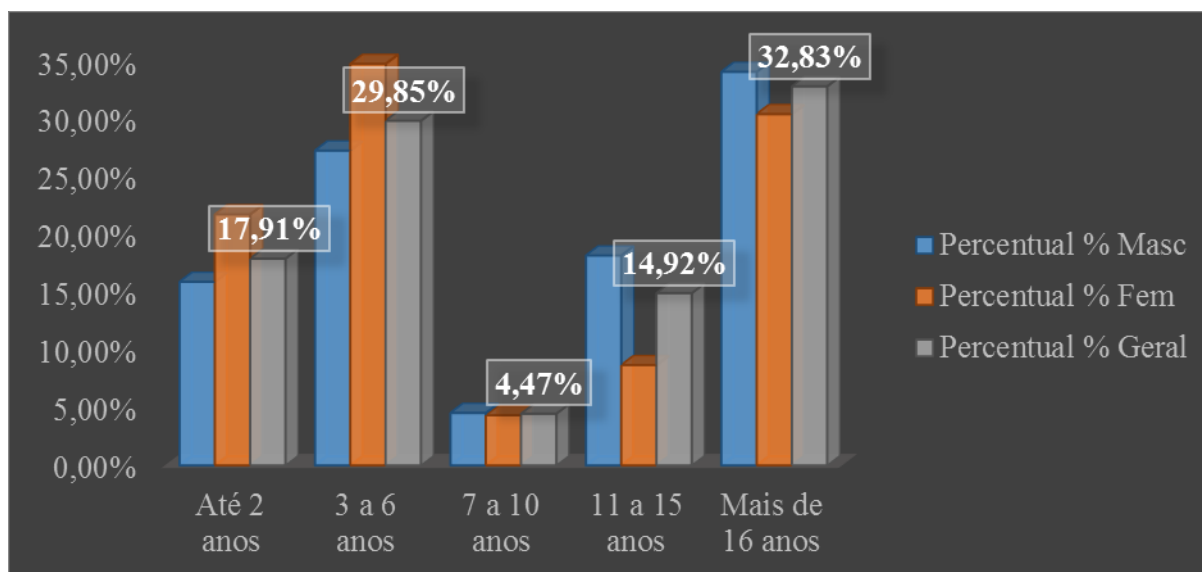
Fonte: Autoria própria (2016).

4.4 Distribuição dos empreendimentos segundo o tempo de funcionamento no município de Cerro Corá/RN

A partir do Gráfico 6 e a Tabela 10, fica evidente o nível das empresas com mais de dezesseis anos de funcionamento em maior percentual (32,83%), assim como a quantidade dos empreendedores do sexo masculino, predominando com 34,09%. No que se refere às mulheres, prevalece o nível de empreendimentos com três a seis anos de funcionamento (34,78%), mas que fica bem próximo dos empreendimentos com mais de dezesseis anos de funcionamento (30,43%), ficando inferior ao percentual masculino de novas e estabelecidos empreendedores.

É notório avaliar que, o município em questão, faz de seu empreendedorismo local um modelo diferente do cenário brasileiro, onde as mulheres chegaram a ultrapassar os homens em relação à inicialização de um empreendimento. Assim como as mulheres, em Cerro Corá/RN, os homens apresentam baixo nível de novos empreendimentos, mostrando que as empresas responsáveis pelo auxílio no desenvolvimento econômico e social do município estão entre três a seis e mais de 16 anos de funcionamento empresarial.

Gráfico 6 – Distribuições dos empreendimentos segundo o tempo de funcionamento no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 10 – Distribuições dos empreendimentos segundo o tempo de funcionamento no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Até 2 anos	7	5	12	15,90%	21,74%	17,91%
3 a 6 anos	12	8	20	27,27%	34,78%	29,85%
7 a 10 anos	2	1	3	4,54%	4,34%	4,47%
11 a 15 anos	8	2	10	18,18%	8,69%	14,92%
Mais de 16 anos	15	7	22	34,09%	30,43%	32,83%

Fonte: Autoria própria (2016).

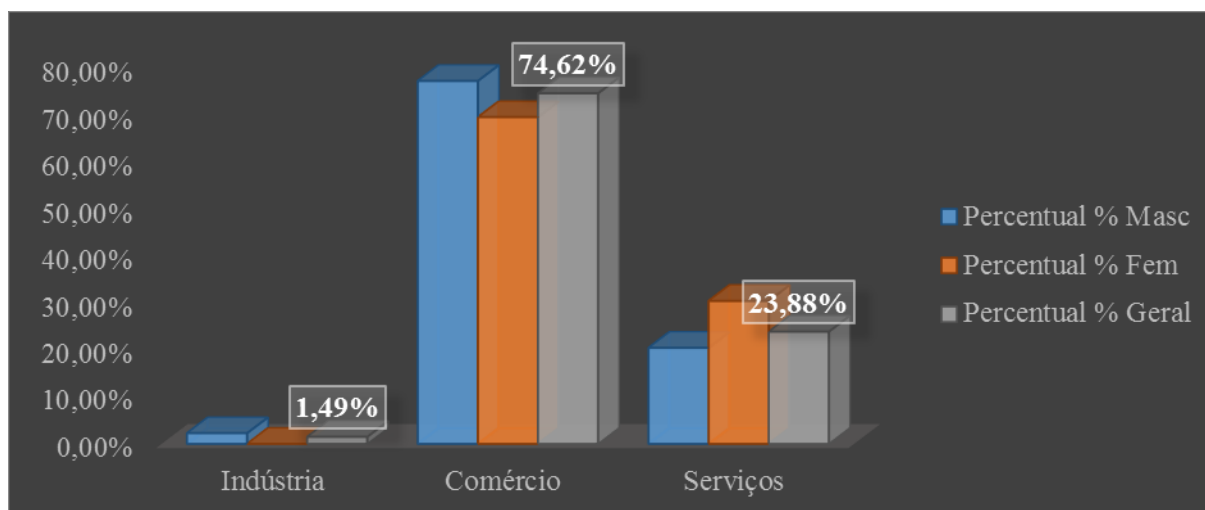
4.5 Distribuição dos empreendimentos segundo o ramo de atividades no município de Cerro Corá/RN

Feito a análise do Gráfico 7 e da Tabela 11, é fato que, assim como no cenário brasileira, Cerro Corá/RN predomina nos empreendimentos do ramo comercial com 74,62% dos empreendimentos, com taxa aproximada entre os gêneros. Atividade que consiste em trocar, vender ou comprar produtos, mercadorias, valores etc., visando, num sistema de mercados, ao lucro; negócio (Google). Os empreendimentos do ramo industrial e de serviço apresenta 1,49% e 23,88% respectivamente. Vale ressaltar que duas empresas industriais se recusaram a preencher o formulário da pesquisa de campo (APÊNDICE A).

É fato que o ramo industrial apresenta maior potencial no que diz respeito a geração de emprego, crescimento econômico, melhorias no padrão de vida das pessoas, desenvolvimento

de tecnologia/ inovação e uma redução das desigualdades regionais. Em Cerro Corá/RN, apesar do baixo percentual, o ramo industrial é onde há maior disponibilidade de emprego e renda, sendo, portanto, um ramo viável pois o município apresenta bastante mão de obra. Existindo três fábricas de confecções de roupas.

Gráfico 7 – Distribuições dos empreendimentos segundo o ramo de atividades no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 11 – Distribuições dos empreendimentos segundo o ramo de atividades no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Indústria	1	0	1	2,27%	0,00%	1,49%
Comércio	34	16	50	77,27%	69,56%	74,62%
Serviços	9	7	16	20,45%	30,43%	23,88%

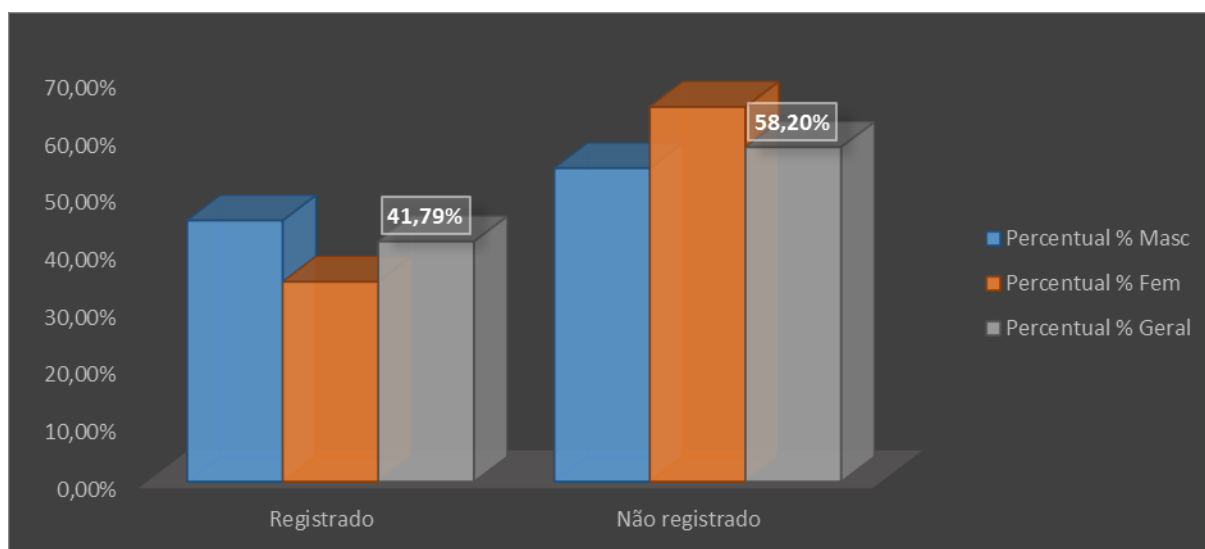
Fonte: Autoria própria (2016).

4.6 Distribuição dos empreendimentos segundo o registro no município de Cerro Corá/RN

Certificando que mais de 50% dos empreendimentos não apresentam registro, o município demonstra um cenário crítico, apontando desvantagens no que diz respeito ao não registro do empreendimento, como não poder usufruir dos recursos que o Direito Comercial disponibiliza: a impossibilidade de participação em concorrência pública; impossibilidade de inscrição em no Cadastro Fiscal, Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, Cadastro de Contribuinte Mobiliário - CCM e outros; Ausência de matrícula junto ao INSS (Conselho Regional de Contabilidade – BAHIA).

De acordo com o artigo 967 do Código Civil: “É obrigatória a inscrição do empresário no Registro Público de Empresas Mercantis da respectiva sede, antes do início de sua atividade.”

Gráfico 8 – Distribuições dos empreendimentos segundo o registro no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 12 - Distribuições dos empreendimentos segundo o registro no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Registrado	20	8	28	45,45%	34,78%	41,79%
Não registrado	24	15	39	54,54%	65,21%	58,20%

Fonte: Autoria própria (2016).

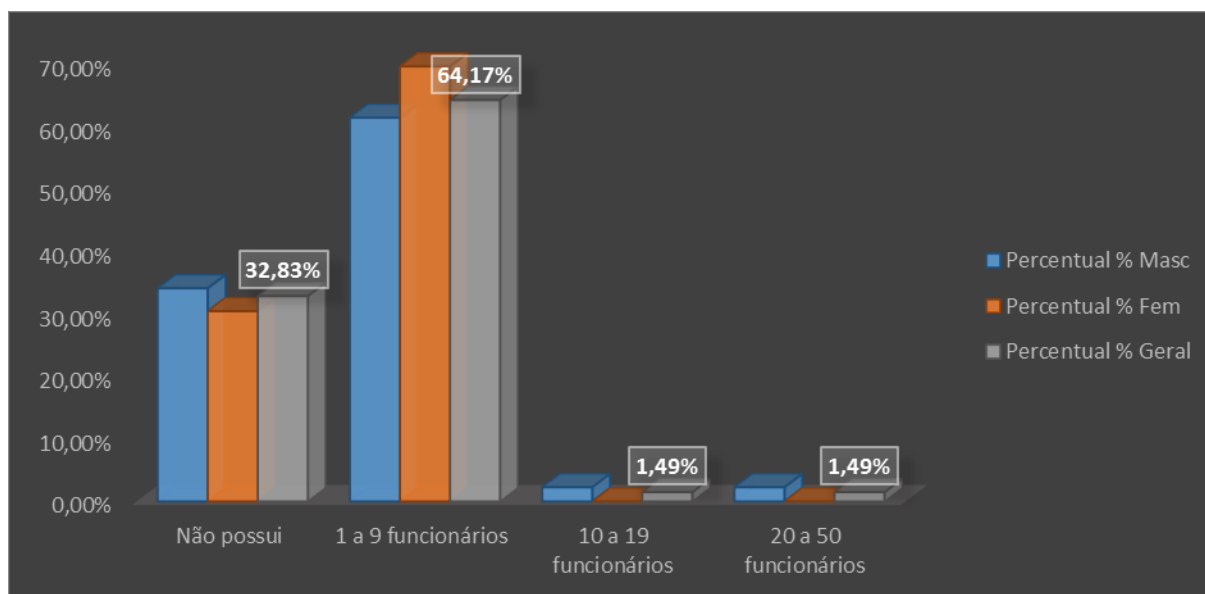
4.7 Distribuição dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Cerro Corá/RN

É fato que, a partir da pesquisa realizada no município, o empreendedorismo local, em sua maioria, possui pelo menos um funcionário, apresentando aproximadamente 67% empreendedores geradores de emprego e renda, evidenciando o grande número de empreendedores com idade superior a quarenta anos que dá oportunidade de emprego aos jovens (18 a 20 anos), comprovando seu papel fundamental no progresso econômico e social da região.

Identificando o percentual dos empreendedores masculino e feminino geradores de emprego e renda no município, (66%) e (69,56) respectivamente, mostra que seus percentuais

são aproximados e de grande relevância no que se diz respeito à melhor qualidade de vida da população.

Gráfico 9 – Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 13 – Distribuições dos empreendimentos segundo o número de funcionários no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Não possui	15	7	22	34,09%	30,43%	32,83%
1 a 9 funcionários	27	16	43	61,36%	69,56%	64,17%
10 a 19 funcionários	1	0	1	2,27%	0,00%	1,49%
20 a 50 funcionários	1	0	1	2,27%	0,00%	1,49%

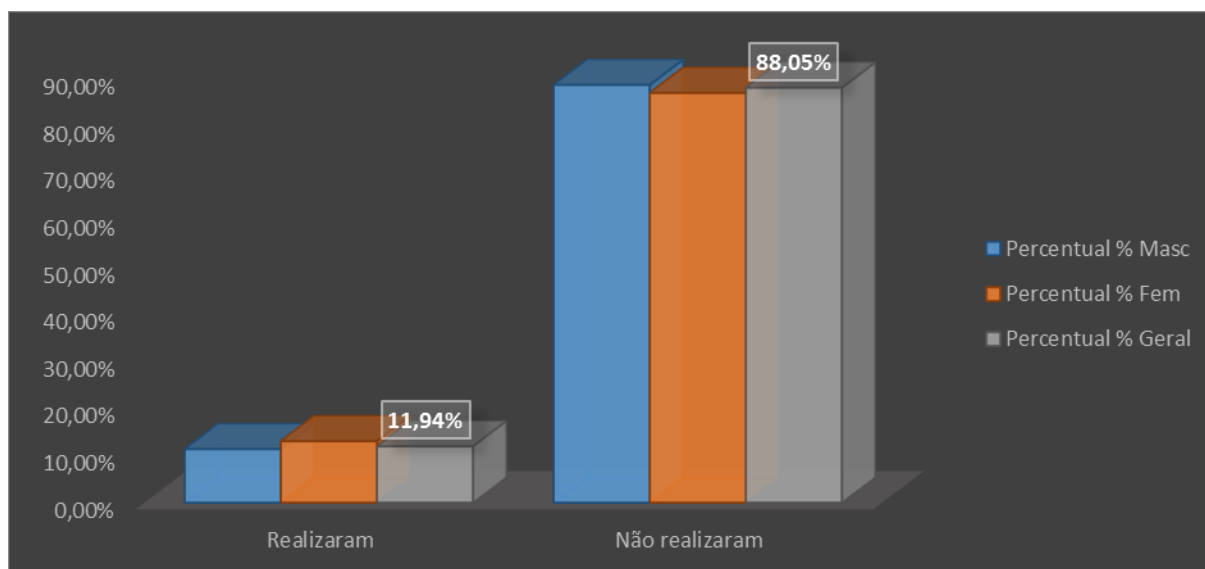
Fonte: Autoria própria (2016).

4.8 Distribuição dos empreendimentos que realizaram empréstimo público no município de Cerro Corá/RN

A predominância de empresas individuais e microempresas no município de Cerro Corá/RN, pode explicar o fato dos empreendedores não realizarem empréstimos público na geração de um empreendimento, revelando que 88,05% dos entrevistados iniciaram seu negócio utilizando renda própria.

No que se refere à distribuição por gênero, ambos apresentam porcentagens muito próxima, assim, coincidindo com os dados gerais numa margem de erro de 3%.

Gráfico 10 – Distribuições dos empreendimentos que realizaram empréstimo público no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 14 – Distribuições dos empreendimentos que realizaram empréstimo público no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Realizaram	5	3	8	11,36%	13,04%	11,94%
Não realizaram	39	20	59	88,63%	86,95%	88,05%

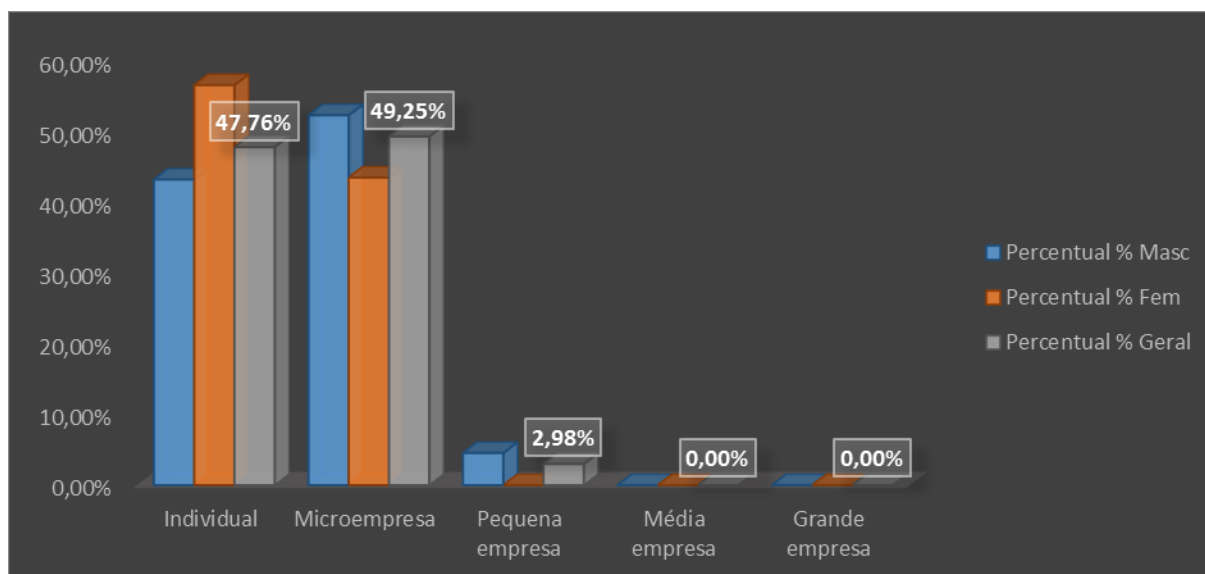
Fonte: Autoria própria (2016).

4.9 Distribuição dos empreendimentos segundo o porte no município de Cerro Corá/RN

Por meio do modo avaliativo do SEBRAE na classificação de empresas (Tabela 6), onde exalta o número de funcionários, assim, podendo relacionar o Gráfico 8, que evidencia o número de funcionários existente nos empreendimentos, e o Gráfico 10, na qual aponta o porte de cada empreendimento. Confirmando assim, a partir do Gráfico 11, uma maior parcela de empresas com porte individual e microempresa, (47,76%) e (49,25%) respectivamente. Contudo, apenas 2,98% dos empreendimentos apresentam porte de pequena empresa, representado apenas por empreendedores homens.

Distinguindo-se por gênero, as mulheres prevalecem no empreendimento individual com 56,52%. Diferente dos homens que se fazem mais presente no manejo de microempresas (52,27%).

Gráfico 11 – Distribuições dos empreendimentos segundo o porte no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 15 – Distribuições dos empreendimentos segundo o porte no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Individual	19	13	32	43,18%	56,52%	47,76%
Microempresa	23	10	33	52,27%	43,47%	49,25%
Pequena empresa	2	0	2	4,54%	0,00%	2,98%
Média empresa	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Grande empresa	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%

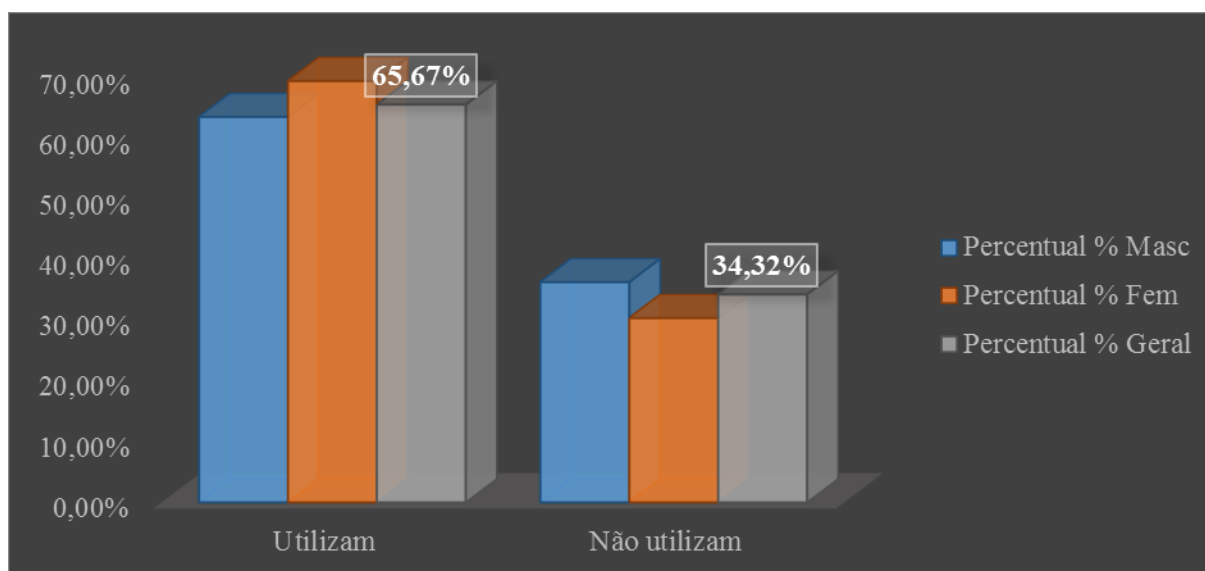
Fonte: Autoria própria (2016).

4.10 Distribuição dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Cerro Corá/RN

A implantação de algum tipo de tecnologia como instrumento de trabalho no recinto empreendedor, aponta ser uma forma viável de desenvolvimento, no que diz respeito à satisfação lucrativa, pessoal e social, auxiliando na dinâmica administrativa e pessoal. Assim como o percentual de empreendimentos que possuem pelo menos um funcionário (Gráfico 8), o Gráfico 12 demonstra percentual aproximado com os que utilização algum tipo de tecnologia nos empreendimentos (65,67%), evidenciando o crescimento proporcional dos empreendimentos e a disponibilidade de emprego e renda.

Separado por gênero, os índices expressam percentuais aproximados, e observa-se que o percentual dos empreendedores que não utilizam tecnologia é bem próximo ao dos empreendimentos que não contém funcionários.

Gráfico 12 – Distribuições dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 16 – Distribuições dos empreendimentos que utilizam algum tipo de tecnologia no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Utilizam	28	16	44	63,63%	69,56%	65,67%
Não utilizam	16	7	23	36,36%	30,43%	34,32%

Fonte: Autoria própria (2016).

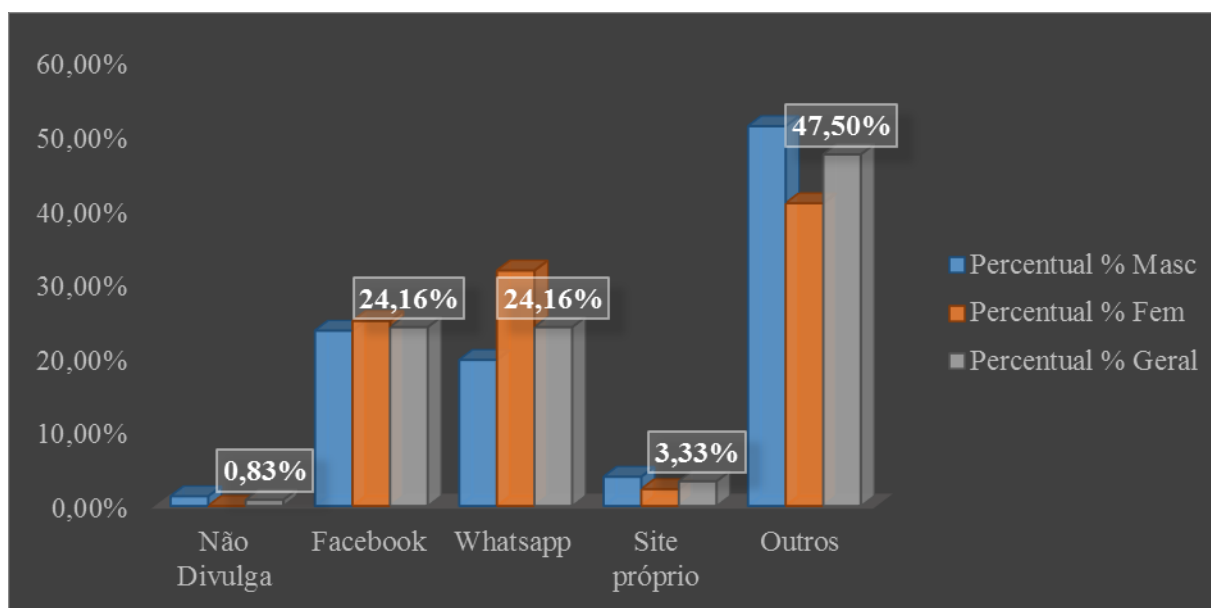
4.11 Distribuição dos empreendimentos que utilizam serviços de divulgação no município de Cerro Corá/RN

Além do auxílio da tecnologia no âmbito empreendedor, como mostra anteriormente, a utilização de serviços de divulgação também faz parte das técnicas do desenvolvimento do negócio. Em Cerro Corá/RN, a partir da pesquisa de campo, apenas 0,83% dos entrevistados não realizam a prática de divulgação do seu empreendimento, que, como mostra no Gráfico 13 e Tabela 17, equivale a um único empreendimento. Mostrando ser um percentual plausível no que se refere aos fatores que influenciam o desenvolvimento do empreendimento.

Os empreendimentos do município que utilizam a internet (Facebook, Whatsapp ou site próprio) como meio de divulgação equivale à 51,65% dos entrevistados, seguido de 47,50% com outros modos de divulgação.

Os percentuais, de modo geral, apresentam proximidade quando analisado por gênero, fazendo com que coincidam com os dados da forma generalizada.

Gráfico 13 – Distribuições dos empreendimentos que utilizam serviço de divulgação no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 17 – Distribuições dos empreendimentos que utilizam serviço de divulgação no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Não Divulga	1	0	1	1,31%	0,00%	0,83%
Facebook	18	11	29	23,68%	25,00%	24,16%
Whatsapp	15	14	29	19,73%	31,81%	24,16%
Site próprio	3	1	4	3,94%	2,27%	3,33%
Outros	39	18	57	51,31%	40,90%	47,50%

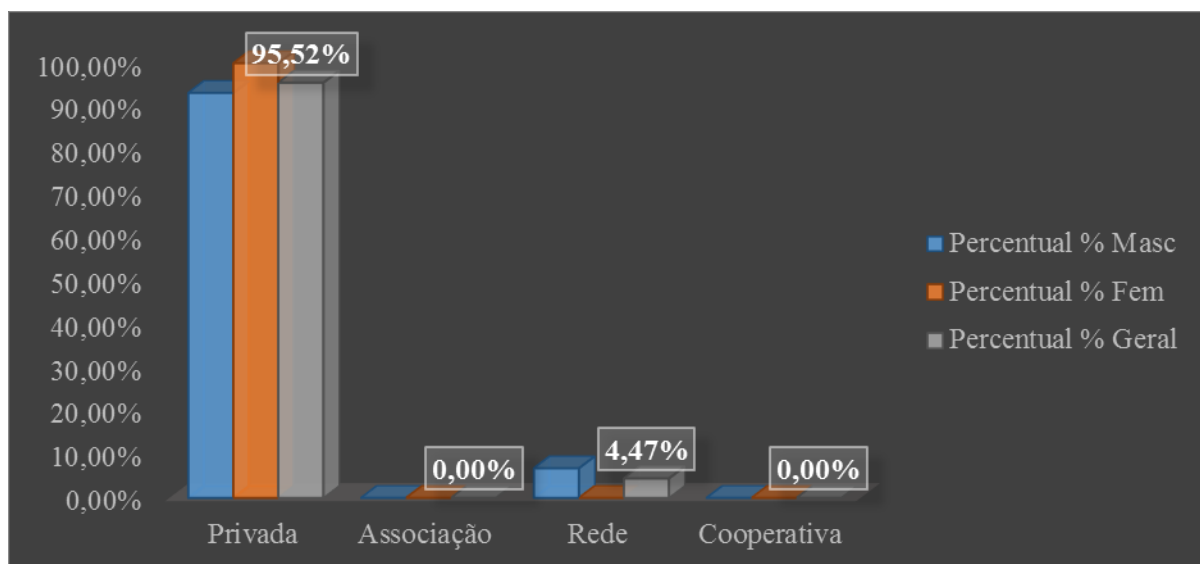
Fonte: Autoria própria (2016).

4.12 Distribuição dos empreendimentos segundo o caráter no município de Cerro Corá/RN

O Gráfico 14 e Tabela 18 revela que 95,52% dos empreendimentos do município são de caráter privado, possuindo apenas dois empreendimentos, ou melhor, 4,47% com caráter de rede, nos quais apresentam unicamente empreendedores do sexo masculino. O modelo

empreendedor do município demonstra que ainda não existem empreendimentos de caráter associativo e cooperativo.

Gráfico 14 – Distribuições dos empreendimentos segundo o caráter no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 18 – Distribuições dos empreendimentos segundo o caráter no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Privada	41	23	64	93,18%	100,00%	95,52%
Associação	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Rede	3	0	3	6,81%	0,00%	4,47%
Cooperativa	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%

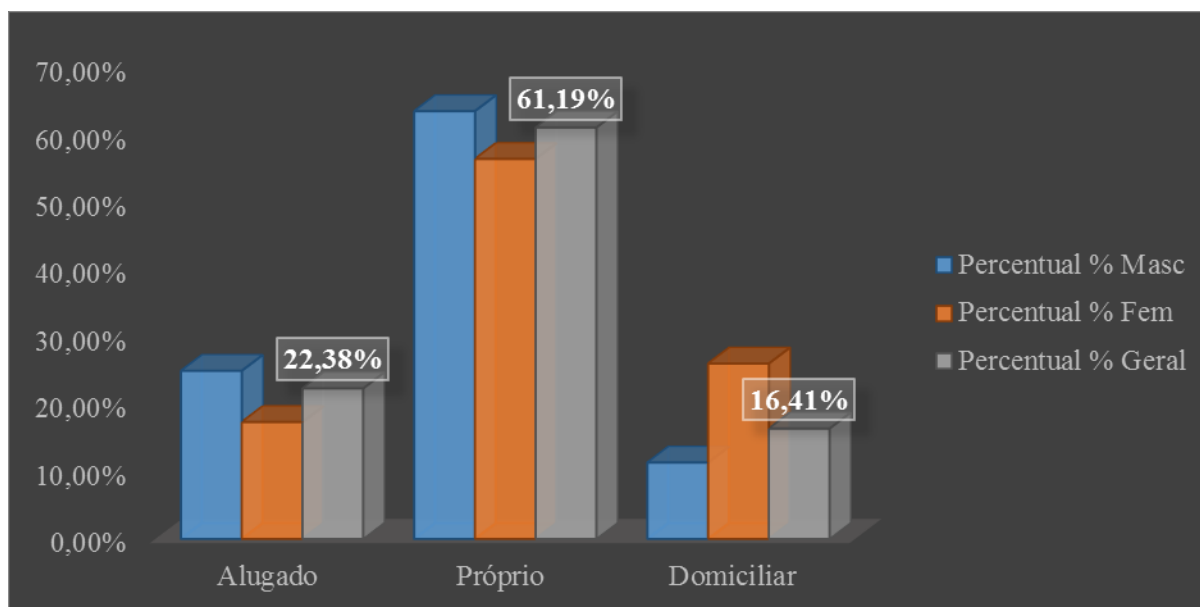
Fonte: Autoria própria (2016).

4.13 Distribuição dos empreendimentos segundo o uso dos estabelecimentos no município de Cerro Corá/RN

O uso do empreendimento no município de Cerro Corá/RN é predominado pelos estabelecimentos próprios com 61,19%, como mostra no Gráfico 15 e Tabela 19, exibindo um percentual aproximadamente três vezes maior que o dos estabelecimentos alugados, equivalente à 22,38% dos empreendimentos. E, com 16,41%, as organizações que fazem o uso domiciliar do empreendimento.

Bem como os homens, as mulheres predominam nos estabelecimentos próprios (63,63% e 56,52%). No que se trata dos estabelecimentos alugados, os homens aparecem com percentual mais elevado (25,00%), diferente dos domiciliares, apresentando percentual maior no número de mulheres (26,08%).

Gráfico 15 – Distribuições dos empreendedores segundo o uso dos estabelecimentos no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 19 – Distribuições dos empreendedores segundo o uso dos estabelecimentos no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Alugado	11	4	15	25,00%	17,39%	22,38%
Próprio	28	13	41	63,63%	56,52%	61,19%
Domiciliar	5	6	11	11,36%	26,08%	16,41%

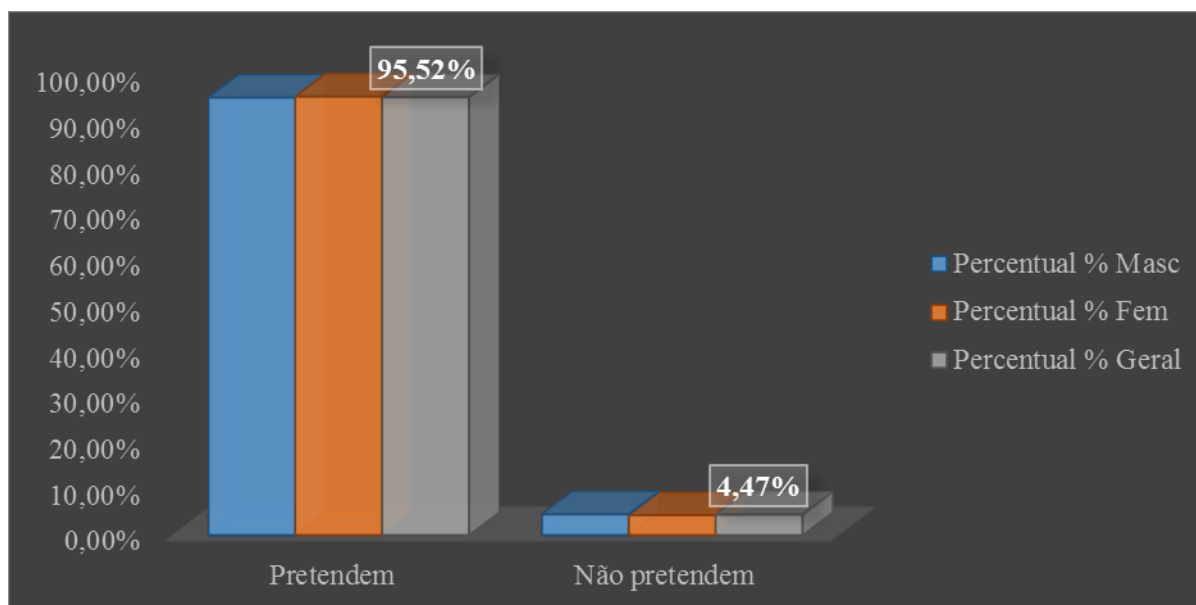
Fonte: Autoria própria (2016).

4.14 Distribuição dos empreendedores que pretendem realizar melhorias futuras em seus empreendimentos no município de Cerro Corá/RN

Quando se trata da pretensão de realizar melhorias futuras em seus respectivos empreendimentos, Cerro Corá/RN, aponta um alto percentual, equivalente à 95,52%, de empreendedores interessados em gerar melhorias em seus negócios, contribuindo assim, com mais um fator que auxilia o progresso empreendedor do município. Apenas três empreendedores registraram não pretender aprimorar seus empreendimentos.

A distribuição quando se trata do gênero, constitui um percentual similar para ambos, adotando uma margem de erro de 3%.

Gráfico 16 – Distribuições dos empreendedores que pretendem realizar melhorias futuras em seus empreendimentos no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabelas 20 – Distribuições dos empreendedores que pretendem realizar melhorias futuras em seus empreendimentos no município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Pretendem	42	22	64	95,45%	95,65%	95,52%
Não pretendem	2	1	3	4,54%	4,34%	4,47%

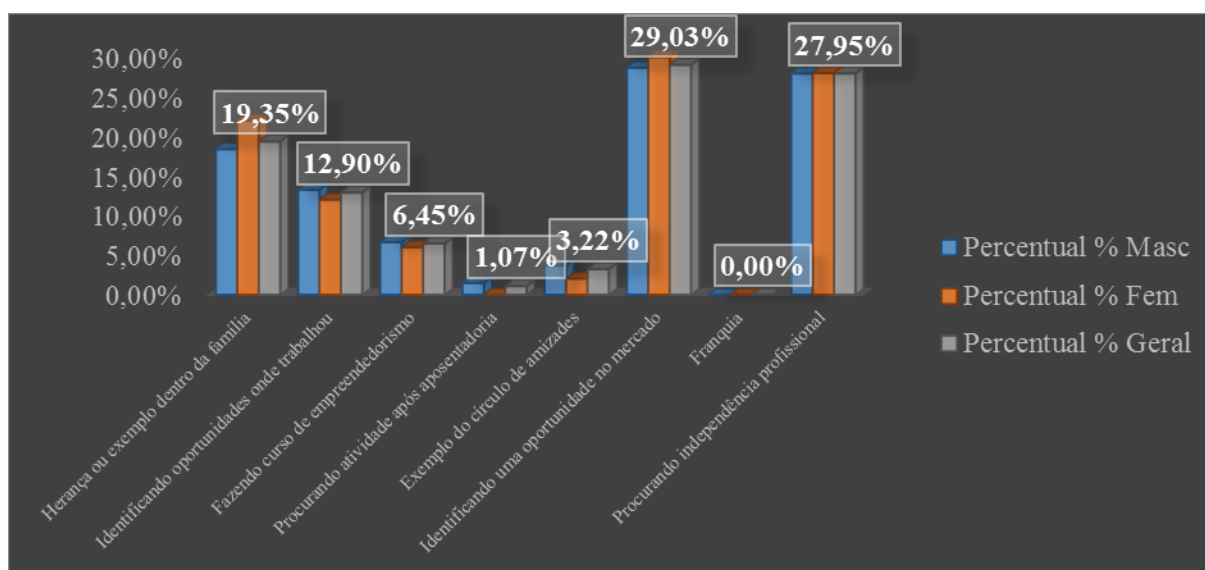
Fonte: Autoria própria (2016).

4.15 Fatores condicionantes que levaram os empreendedores abrir um negócio no município de Cerro Corá/RN

A pesquisa disponibilizou oito opções de fatores que motivaram os empreendedores a abrir seus respectivos empreendimentos, como mostra no Gráfico 17 e Tabela 21. Exibindo percentuais próximos, os empreendedores que identificaram uma oportunidade no mercado e os que procuram independência profissional aparecem em maior número no município, sendo 29,03% e 27,95% respectivamente. O único não registrado como fator condicionante que induziu os empreendedores a abrir um negócio foi por meio da franquia.

A distribuição quando se trata do gênero, constitui um percentual similar para ambos, adotando uma margem de erro de até 3%.

Gráfico 17 – Fatores condicionantes que levaram os empreendedores abrir um negócio no município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 21 – Fatores condicionantes que levaram os empreendedores abrir um negócio no município de Cerro Corá/RN.

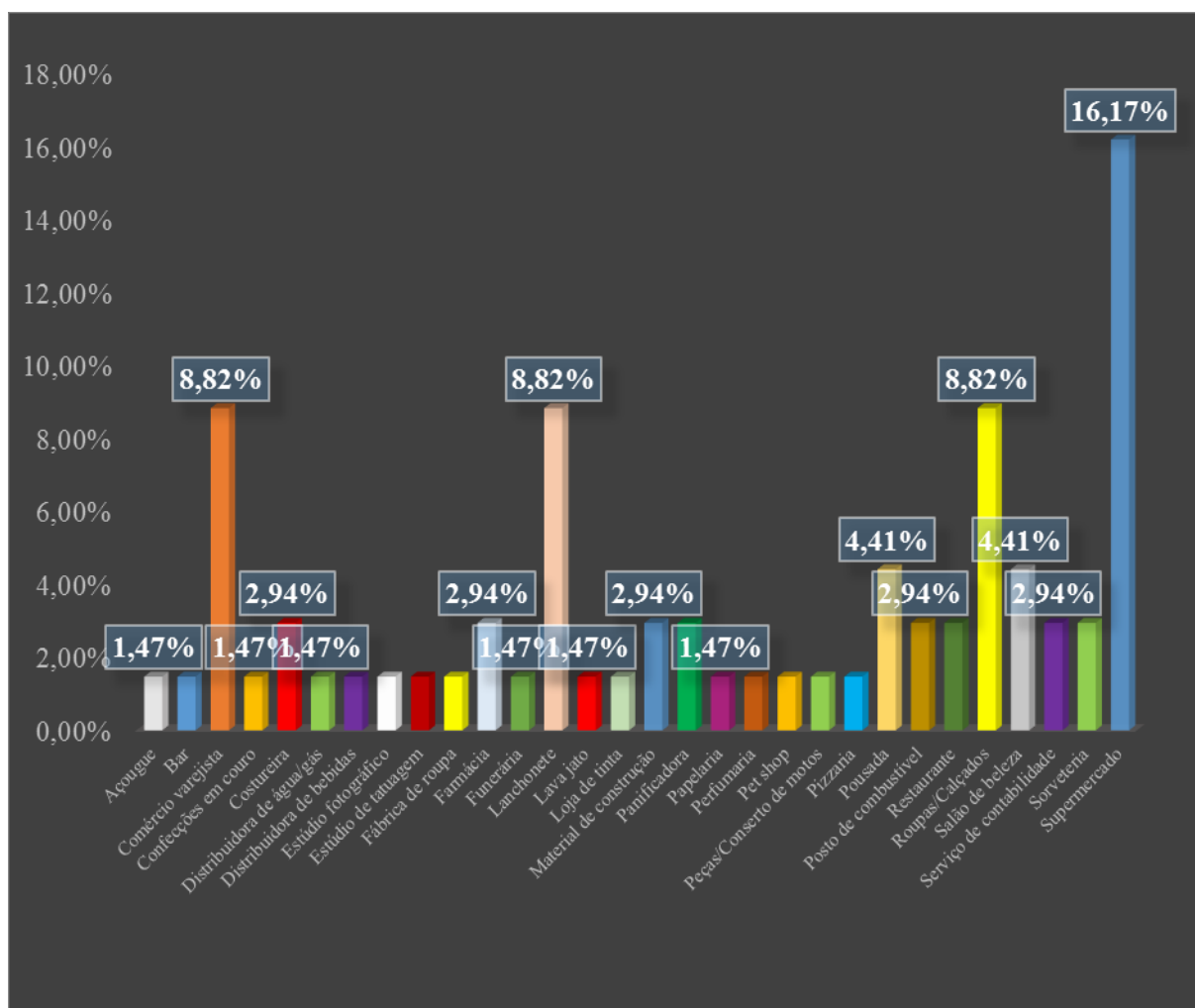
Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Herança ou exemplo dentro da família	25	11	36	18,38%	22,00%	19,35%
Identificando oportunidades onde trabalhou	18	6	24	13,23%	12,00%	12,90%
Fazendo curso de empreendedorismo	9	3	12	6,61%	6,00%	6,45%
Procurando atividade após aposentadoria	2	0	2	1,47%	0,00%	1,07%
Exemplo do círculo de amizades	5	1	6	3,67%	2,00%	3,22%
Identificando uma oportunidade no mercado	39	15	54	28,67%	30,00%	29,03%
Franquia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Procurando independência profissional	38	14	52	27,94%	28,00%	27,95%

Fonte: Autoria própria (2016).

4.16 Distribuição por tipos de empreendimentos no centro comercial do município de Cerro Corá/RN

O centro comercial do município de Cerro Corá, apesar da diversidade do tipo de empresa, indica maior número de empreendimentos do ramo alimentício (16,17%), como mostra no Gráfico 18 e Tabela 22. Em seguida, com 8,82%, aparece o comércio varejista, lanchonetes e lojas de roupas e/ou calçados. Ressaltando o percentual do número de salões de beleza e pousadas, com 4,41% dos empreendimentos local. Sendo possível averiguar os demais tipos de empreendimentos do centro comercial do município por meio da Tabela 22.

Gráfico 18 – Distribuições por tipos de empreendimentos do centro comercial do município de Cerro Corá/RN.



Fonte: Autoria própria (2016).

Tabela 22 – Distribuições por tipos de empreendimentos do centro comercial do município de Cerro Corá/RN.

Resposta	Quantidade			Percentual %		
	Masc	Fem	Geral	Masc	Fem	Geral
Açougue	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Bar	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Comércio varejista	1	5	6	2,22%	21,73%	8,82%
Confecções em couro	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Costureira	0	2	2	0,00%	8,69%	2,94%
Distribuidora de água/gás	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Distribuidora de bebidas	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Estúdio fotográfico	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Estúdio de tatuagem	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Fábrica de roupa	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Farmácia	1	1	2	2,22%	4,34%	2,94%
Funerária	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Lanchonete	5	1	6	11,11%	4,34%	8,82%
Lava jato	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Loja de tinta	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Material de construção	2	0	2	4,44%	0,00%	2,94%
Panificadora	2	0	2	4,44%	0,00%	2,94%
Papelaria	0	1	1	0,00%	4,34%	1,47%
Perfumaria	0	1	1	0,00%	4,34%	1,47%
Pet shop	0	1	1	0,00%	4,34%	1,47%
Peças/Conserto de motos	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Pizzaria	1	0	1	2,22%	0,00%	1,47%
Pousada	2	1	3	4,44%	4,34%	4,41%
Posto de combustível	2	0	2	4,44%	0,00%	2,94%
Restaurante	1	1	2	2,22%	4,34%	2,94%
Roupas/Calçados	1	5	6	2,22%	21,73%	8,82%
Salão de beleza	1	2	3	2,22%	8,69%	4,41%
Serviço de contabilidade	1	1	2	2,22%	4,34%	2,94%
Sorveteria	2	0	2	4,44%	0,00%	2,94%
Supermercado	10	1	11	22,22%	4,34%	16,17%

Fonte: Autoria própria (2016).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos dados obtidos nesta pesquisa, expressa-se que os objetivos foram almejados, fazendo com que seja possível caracterizar os empreendimentos e os perfis empreendedores instalados no município de Cerro Corá/RN. Sendo assim, conclui-se que:

Em relação ao gênero de empreendedores em Cerro Corá, eles não se igualam aos dados nacionais, na qual a participação das mulheres no município ainda se encontra em desenvolvimento, logo, mostrando que os homens predominam com o dobro do percentual, sendo o maior responsável pelo progresso da economia local.

Os empreendedores possuem entre 31 e 50 anos de idade, porém, os estabelecimentos são em sua maioria administrados por pessoas mais novas, entretanto, adultas. O nível escolaridade da maior parte dos empreendedores é o ensino médio completo, exibindo ser um município em desenvolvimento na atividade empreendedora, na qual nos mostra que os empreendimentos novos e estabelecidos se encontram em paralelo. Logo se trata de uma cidade com nível considerável de empreendedorismo.

O ramo comercial é o predominante no município, onde sua maioria se trata do âmbito alimentício, sendo em maior número no centro comercial. A maior parcela dos empreendedores deseja realizar melhorias em seus respectivos empreendimentos, exibindo um pequeno número de empreendedores que recorreram ao empréstimo público no intuito de iniciar, manter, ou melhorar seus negócios. Sabendo-se que o município é constituído por empresas individuais e microempresas, possuindo, em sua grande maioria, pelos menos um funcionário.

Por motivo do pequeno porte do município, geralmente não possui órgãos que fiscalizem esses empreendimentos, fazendo com que essa falta de fiscalização juntamente com o tamanho das empresas, leve aos empreendedores a não registrarem seus empreendimentos, deixando a desejar melhor desempenho econômico local e nacional.

Os empreendimentos são aproximadamente todos de caráter privado, onde sua maioria está situado em estabelecimentos próprios. Possuindo apenas três empreendimentos com caráter de rede e não registrando quaisquer de caráter cooperativo ou associativo. Assim, fica a incógnita de saber se um empreendimento de caráter cooperativo ou associativo poderia sobressair sobre os já existentes.

No que diz respeito à propaganda dos empreendimentos, Cerro Corá/RN apresentou apenas um empreendedor na qual não utiliza o serviço divulgação. Ressaltando o alto índice

do uso da internet como meio de promover o estabelecimento, assim como outros meios, fazendo com que os empreendimentos apresentem maior demanda.

O principal motivo de iniciar um negócio é a identificação de uma oportunidade, junto com a procura de independência profissional, mostrando ser um município com visibilidade empreendedora. Apesar do gênero masculino prevalecer no cenário empreendedor cerrocoraense, as mulheres apresentam alto nível de empregabilidade e utilização de tecnologia tanto para a administração quanto para divulgação do seu empreendimento.

É fato que, o desenvolvimento econômico e social em Cerro Corá/RN, trata-se de empreendimentos com a administração masculina, que se fazem em maior quantidade, possibilitando maior qualidade de vida local.

REFERÊNCIAS

ANVISA - **Agência Nacional de Vigilância Sanitária**. Enquadramento de porte da empresa. 2015. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/porte-de-empresa>>. Acesso em: 10 out. 2016.

BRASIL. PORTAL DO EMPREENDEDOR - MEI. **Definição de microempreendedor individual** - MEI. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 25 nov. 2016.

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento. **Porte de empresa**. 2015. Disponível em: <<http://bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/quem-pode-ser-cliente>>. Acesso em: 9 out. 2016.

CANTILLON, R. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2016. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Para%C3%BA&oldid=41746909>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CERRO CORÁ/RN. Prefeitura municipal de Cerro Corá/RN. **Dados Municipais**. Disponível em: <<http://www.cerrocara.rn.gov.br/79/>>. Acesso em: 26 nov. 2016.

COELHO, F. U. **Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa**. 26. Ed. São Paulo: Saraiva 2014.

Conselho Regional de Contabilidade - BAHIA. Empresário Irregular. Disponível em: <<http://www.crcba.org.br/boletim/edicoes/2233.htm>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

CRUZ, C. F. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações: um estudo de caso: pramp's lanchonete**. 2005. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2012.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para Visionários: Desenvolvendo Negócios Inovadores para um Mundo em Transformação**. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014. Dolabela, F. (2010). A corda e o sonho. Revista HSM Management, 80, pp. 128-132.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. 2002. Disponível em: <<http://www.ia.ufrj.br/ppgea/conteudo/conteudo-20121/1SF/Sandra/apostilaMetodologia.pdf>>. Acesso em: 11 de out. 2016.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Atividade empreendedora no brasil e no mundo em 2015**. 2015. Disponível em:

<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/\\$File/7347.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/$File/7347.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (BRASIL). **Atividade empreendedora no brasil e no mundo em 2015: motivação dos empreendedores iniciais.** 2015. Disponível em:
<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/\\$File/7347.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/$File/7347.pdf)>. Acesso em: 17 nov. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (Brasil). **Taxa de empreendedorismo é a maior dos últimos 14 anos: Quatro em cada dez brasileiros escolhem o mundo dos negócios como fonte de renda.** 2015. Disponível em:
<<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-de-empreendedorismo-e-a-maior-dos-ultimos-14-anos,176b303c83bf2510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor (relatório executivo). **Empreendedorismo no brasil: taxas de empreendedorismo no brasil em 2015.** Disponível em:
<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)>. Acesso em: 23 nov. 2016.

GOOGLE. Definição de comércio. Disponível em:
<<https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=definição+de+comercio>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

GOMES, A. F. **O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local.** Disponível em: <http://legacy.unifacef.com.br/REA/edicao07/ed07_art04.pdf>. Acesso em: 5 out. 2016.

HISRICH, R; PETERS, M. **Empreendedorismo.** (5. ed.) Porto Alegre: Editora Bookman, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estimativa da população.** 2016. Disponível em:
<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=240270&search=rio-grande-do-norte|cerro-cora>>. Acesso em: 10 out. 2016.

MANCINI, R. F; YONEMOTO, H. W. **Considerações acerca do empreendedorismo social no desenvolvimento da sociedade sustentável.** Disponível em:
<<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/revista/index.php/ETIC/article/viewFile/2543/2067>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MENEZES, R. K. **Comportamento empreendedor.** Disponível em:
<http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/emp41_comportamento_empreendedor.htm>. Acesso em: 21 nov. 2016.
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Índice de Desenvolvimento Humano Municipal no Brasil, 2010.** Disponível em:
<<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDHM-Municipios-2010>>. Acesso em: 10 out. 2016.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Pesquisa GEM: empreendedorismo no Brasil e no mundo**. 2015. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empendedorismo-no-brasil-enomundodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 10 out. 2016.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Critério de classificação do porte das empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

STEENKAMP, N.; KASHYAP, V. Importance and contribution of intangible assets: 'SME managers' perception. In.: Journal of Intellectual Capital, v. 11, Iss: 3, 2010, pp. 368 – 390.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico - uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. 1997. Disponível em: <http://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2009/06/s_Schumpeter_-_Teoria_do_Developmento_Econômico_-_Uma_Investigação_sobre_Lucros_Capital_Crédito_Juro_e_Ciclo_Econômico.pdf>. Acesso em: 13 out. 2016.

TIFFANY, P.; PETERSON, S. D. **Planejamento Estratégico: o melhor roteiro para um planejamento estratégico eficaz**. Rio de Janeiro, Campus. (1998).

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VICENZI, S. E.; BULGACOV, S. **Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas**. 2002. Disponível em: <http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/bulgacov_-_fatores_motivadores_do_empendedorismo_e_as_decisoes_estrategicas_de_pequenas_empresas_0.pdf>. Acesso em: 5 out. 2016.

APÊNDICE A

Formulário de Diagnóstico dos Empreendimentos e Análise do perfil dos Empreendedores.

Esta é uma pesquisa realizada por alunos da Universidade Federal Rural do Semi-Árido - Campus de Angicos e tem fins puramente acadêmico - não se divulgará nomes de Empreendimentos ou Empreendedores os dados são sigilosos. Professores Responsáveis: Profº Dr. Maristélio da Cruz Costa, Profº Msc. João Paulo Damásio Sales, Prof Dr. Geomar Galdino da Silva, Profa. Msc Valquiria Melo Souza Correia e Prof. Msc Marcílio Luiís Viana Correia.

DATA

____/____/____

NOME DA EMPRESA

NOME DO RESPONDENTE

EMAIL

SEXO

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

FAIXA ETÁRIA (anos)

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

RAMO:

- Indústria
- Comércio
- Serviços

TIPO DE NEGÓCIO:

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

GERÊNCIA/PROPRIETÁRIO

REGISTRADA:

Registrada junto a JUCERN ou FIERN

- Sim
- Não

QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS:

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

POSSUI EMPRÉSTIMO PÚBLICO:

- Sim
- Não

PORTE DA EMPRESA

- Individual
- Microempresa
- Pequena
- Média
- Grande

USA TECNOLOGIA: Que equipamentos utilizam na empresa?

Respostas: não usa; computador, tablets, Smartphones, outros.

QUE APLICATIVO USA?

- Planilha Eletrônica
- Editor de Texto
- Software específico para empresa
- Outros

COMO DIVULGA A EMPRESA?

- Não divulga
- Facebook
- Twitter
- Whatsapp
- Google
- Site próprio
- Outros

CARATER:

- Associação
- Cooperativa
- Rede
- Privada

USO DO ESTABELECIMENTO:

- Alugada
- Própria
- Domiciliar

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

- Sim
- Não

COMO SURTIU A IDEIA DE MONTAR A EMPRESA?

Você pode indicar mais de uma opção

- Herança ou exemplo dentro da família
- Exemplo de círculo de amigos
- Identificando oportunidades onde trabalhou
- Identificando uma oportunidade no mercado
- Fazendo curso de empreendedorismo
- Franquia
- Procurando atividade após aposentadoria
- Procurando independência profissional

EMPREENDEDOR POSSUI OUTROS NEGÓCIOS ALÉM DESSE?

- Sim
- Não

ESTA É SUA ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR?

- Sim
- Não

QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS NA TUA EMPRESA?

APÊNDICE B

Dados dos empreendimentos e empreendedores da cidade de Cerro Corá/RN.

DADOS ESTATÍSTICOS DE CERRO CORÁ/RN											
SEXO											
MASCULINO						FEMININO					
44						23					
FAIXA ETÁRIA (ANOS)											
Até 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	mais de 61		Até 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	mais de 61	
5	13	14	7	5		4	7	10	1	1	
ESCOLARIDADE											
MESTRADO		ALFABETIZADO		F.INCOMPLETO		SEM INSTITUIÇÃO		ALFABETIZADO		F.INCOMPLETO	
1		3		0		0		0		0	
F.COMPLETEO		EM.INCOMPLETO		EM.COMPLETEO		F.COMPLETEO		EM.INCOMPLETO		EM.COMPLETEO	
10		2		17		3		1		11	
SUP.INCOMPLETO		SUP.COMPLETEO		SUP + ESPECIAL.		SUP.INCOMPLETO		SUP.COMPLETEO		SUP + ESPECIAL.	
2		7		2		2		6		0	
IDADE DA EMPRESA (ANOS)											
Até 1	2	3 a 6	7 a 10	11 a 15	mais de 16	Até 1	2	3 a 6	7 a 10	11 a 15	mais de 16
0	7	12	2	8	15	0	5	8	1	2	7
RAMO											
INDÚSTRIA		COMÉRCIO		SERVIÇOS		INDÚSTRIA		COMÉRCIO		SERVIÇOS	
1		34		9		0		16		7	
REGISTRADA											
SIM			NÃO			SIM			NÃO		
20			24			8			15		
QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS											
NÃO POSSUI		1 a 9	10 a 19	20 a 50		NÃO POSSUI		1 a 9	10 a 19	20 a 50	
15		27	1	1		7		16	0	0	
POSSUI EMPRÉSTIMO PUBLICO											
SIM			NÃO			SIM			NÃO		
5			39			3			20		
PORTE DA EMPRESA											
INDV.	MICRO	PEQ.	MÉD.	GRANDE		INDV.	MICRO	PEQ.	MÉD.	GRANDE	
19	23	2	0	0		13	10	0	0	0	
USA ALGUM TIPO DE TECNOLOGIA											
SIM			NÃO			SIM			NÃO		
28			16			16			7		
DIVULGAÇÃO DA EMPRESA											
Ñ POSSUI	FACE	WHATS	SITE PRÓPRIO	OUTROS	Ñ POSSUI	FACE	WHATS	SITE PRÓPRIO	OUTROS		
1	18	15	3	39	0	11	14	1	18		
CARÁTER											
ASSOCIAÇÃO		COOPERATIVA		REDE	PRIVADA	ASSOCIAÇÃO		COOPERATIVA		REDE	PRIVADA
0		0		3	41	0		0		0	23
USO DO ESTABELECIMENTO											
ALUGADO		PRÓPRIO		DOMICILIAR		ALUGADO		PRÓPRIO		DOMICILIAR	

11		28		5		4		13		6					
MELHORIAS FUTURAS															
SIM				NÃO				SIM				NÃO			
42				2				22				1			
IDEIA DE MONTAR A EMPRESA															
HERANÇA	OND. TRAB.	CURSO EMPR.	PÓS APÓSEN	HERANÇA	OND. TRAB.	CURSO EMPR.	PÓS APÓSEN								
25	18	9	2	11	6	3	0								
CIRC. AMIZ	OPOR. MERCADO	FRANQUIA	INDEPEND.	CIRC. AMIZ	OPOR. MERCADO	FRANQUIA	INDEPEND.								
5	39	0	38	1	15	0	14								
POSSUI OUTROS NEGÓCIOS															
SIM				NÃO				SIM				NÃO			
4				40				3				20			
ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR															
SIM				NÃO				SIM				NÃO			
38				6				21				2			
TIPOS DE EMPREENDIMENTOS															
Açougue				1				Açougue				0			
Bar				1				Bar				0			
Comércio varejista				1				Comércio varejista				5			
Confecções em couro				1				Confecções em couro				0			
Costureira				0				Costureira				2			
Distr. De Água/Gás				1				Distr. De Água/Gás				0			
Distr. De Bebidas				1				Distr. De Bebidas				0			
Estúdio Fotográfico				1				Estúdio Fotográfico				0			
Estúdio de Tatuagem				1				Estúdio de Tatuagem				0			
Fábrica de Roupas				1				Fábrica de Roupas				0			
Farmácia				1				Farmácia				1			
Funerária				1				Funerária				0			
Lanchonete				5				Lanchonete				1			
Lava Jato				1				Lava Jato				0			
Loja de Tinta				1				Loja de Tinta				0			
Material de Construção				2				Material de Construção				0			
Panificadora				2				Panificadora				0			
Papelaria				0				Papelaria				1			
Perfumaria				0				Perfumaria				1			
Pet Shop				0				Pet Shop				1			
Borracharia				1				Borracharia				0			
Pizzaria				1				Pizzaria				0			
Pousada				2				Pousada				1			
Posto de Combustível				2				Posto de Combustível				0			
Restaurante				1				Restaurante				1			
Roupas/Calçados				1				Roupas/Calçados				5			
Salão de Beleza				1				Salão de Beleza				2			
Serv. De Contabilidade				1				Serv. De Contabilidade				1			
Sorveteria				2				Sorveteria				0			
Supermercado				10				Supermercado				1			