



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI - ÁRIDO
CENTRO MULTIDISCIPLINAR DE PAU DOS FERROS
CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIA E
TECNOLOGIA

EMILYANNO SARAIVA LIMEIRA

**ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO EM MICROEMPRESAS
DE PAU DOS FERROS-RN**

PAU DOSFERROS – RN
2017

EMILYANNO SARAIVA LIMEIRA

**ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO EM
MICROEMPRESAS DE PAU DOS FERROS-RN**

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

Orientador: Prof. Me. Adriano David
Monteiro de Barros.

PAU DOS FERROS-RN
2017

© 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.

L732a Limeira, Emilyanno Saraiva Limeira.
ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO EM
MICROEMPRESAS DE PAU DOS FERROS-RN / Emilyanno
Saraiva Limeira Limeira. - 2017.
67 f. : il.

Orientador: Adriano David Monteiro de Barros.
Barros.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e
Tecnologia, 2017.

1. Perfil. 2. Microempresa. 3. Empreendedor.
I. Barros, Adriano David Monteiro de Barros.,
orient. II. Título.

EMILYANNO SARAIVA LIMEIRA

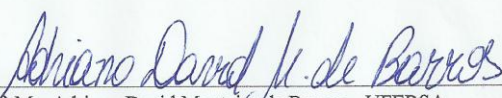
**ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO EM
MICROEMPRESAS DE PAU DOS FERROS-RN**

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

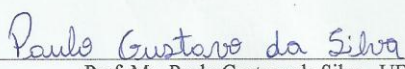
APROVADA EM:

22 / 05 / 2017

BANCA EXAMINADORA


Prof. Me. Adriano David Monteiro de Barros – UFERSA
Presidente


Prof. Me. André Luiz Sena da Rocha – UFERSA
Primeiro Membro


Prof. Me. Paulo Gustavo da Silva – UFERSA
Segundo Membro

Aos meus pais, José e Zélia.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me proposto chegar onde cheguei, por nunca me abandonar.

A minha família que sempre me apoiou em minhas decisões, em especial meus pais que nunca mediram esforços para que eu pudesse seguir em frente, pela confiança que sempre mantiveram. A minha irmã que mesmo longe sempre serviu como conselheira, mesmo na distância nunca me abandonou. Aos meus pais que são meu porto seguro, mesmo em momentos difíceis.

À Paloma Joyce por sempre que precisei ela esteve do meu lado, pelo companheirismo, paciência, coragem, pela ajuda independentemente da situação.

Ao meu orientador Msc. Adriano David pelas orientações, mesmo com todo tempo corrido e estresses abdicou de seu tempo me cedendo toda disponibilidade para correções e dúvidas, sempre com muita paciência me ajudou e orientou bem, o levarei não só como um professor, mas sim como grande amigo.

Ao professor Msc. André Rocha que mesmo à distância esteve me ajudando. A sua contribuição foi de grande valia para o desfecho deste trabalho.

A todos meus amigos que sempre me apoiaram e que me proporcionaram grandes alegrias e boas experiências.

“O mundo está nas mãos daqueles que tem coragem de sonhar e correr o risco de viver seus sonhos”.

(Paulo Coelho)

RESUMO

O empreendedorismo se tornou parte do cotidiano dos brasileiros a partir da década de 90, com a abertura econômica e o aumento da competitividade. Esse trabalho teve como o objetivo principal identificar perfil do microempreendedor da cidade de Pau dos Ferros-RN situada a 392 km de Natal capital do Rio Grande do Norte. O presente estudo foi dividido em três etapas, sendo a primeira associada a uma pesquisa bibliográfica, a fim de servir como arcabouço teórico da pesquisa, a segunda parte se caracterizou pela utilização do método qualitativo aplicado através de uma pesquisa de campo, em que foi aplicado um questionário sobre características de um empreendedor, e logo em seguida foi feito a análise desses dados para que se pudesse fazer a identificação do perfil empreendedor do microempresário. Por fim, foi efetuada a análise dos dados, a fim de verificar o perfil dos microempreendedores de Pau dos Ferros. Assim, foi observado que a atividade econômica de venda de roupas, calçados e joias como a maioria em um percentual de 21,8%. Foi verificado que 63,3% são do sexo masculino e 36, 2% são do sexo feminino. A faixa etária em que se situam está entre 41 e 50 anos, com 29,8% e com relação aos motivos que levaram a começar o empreendimento 53,7 % afirmaram que foi por influência familiar. Quanto ao nível de escolaridade, 75,5% possui o ensino médio. Por fim, a maioria das empresas possui menos de 10 anos de existência com 45,2%. O presente trabalho oferece a oportunidade de promover estudos futuros, pois se trata de uma temática fundamental, para compreender o processo de desenvolvimento econômico da região e a real influência do empreendedorismo, como elemento primordial, para a evolução econômica e social.

Palavras-chave: Perfil. Microempresa. Empreendedor.

ABSTRACT

Entrepreneurship has become part of Brazilians' daily lives since the 1990s, with economic opening and increased competitiveness. The main objective of this work was to identify the microentrepreneur profile of the city of Pau dos Ferros-RN, located 392 km from Natal, capital of Rio Grande do Norte. The present study was divided in three stages, the first one being associated to a bibliographical research, in order to serve as theoretical framework of the research, the second part was characterized by the use of the qualitative method applied through a field research, in which it was applied A questionnaire about characteristics of an entrepreneur, and soon afterwards the analysis of these data was done so that the entrepreneur profile of the microentrepreneur could be identified. Finally, the analysis of the data was carried out, in order to verify the profile of the microentrepreneurs of Pau dos Ferros. Thus, it was observed that the economic activity of selling clothing, footwear and jewelry as the majority in a percentage of 21.8%. It was verified that 63.3% are males and 36, 2% are females. The age group in which they are located is between 41 and 50 years old, with 29.8% and with regard to the reasons that led to starting the enterprise 53.7% stated that it was by family influence. As for the educational level, 75.5% have high school. Finally, most companies have less than 10 years of existence with 45.2%. This paper offers the opportunity to promote future studies, since it is a fundamental theme to understand the process of economic development in the region and the real influence of entrepreneurship, as a primordial element, for economic and social evolution.

Keywords: Profile. Microenterprise. Entrepreneur.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Taxa de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento, TEA, TTE, TEE, Brasil -2002-2015.	7
Figura 2- Distribuição de empresas no Brasil.	8
Figura 3- Distribuição de empresas no Rio Grande no Norte..	8
Figura 4- Proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos - Brasil - 2010:2015	10
Figura 5- Fatores que influenciam no processo empreendedor	12
Figura 6 - Motivações que influenciam o empreendedorismo.	13
Figura 7 - Perfil dos empreendedores.....	17
Figura 8- Localização do município de Pau dos Ferros-RN.	18

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 - Histórico do desenvolvimento do empreendedorismo.	Erro! Indicador não definido.
Quadro 2 - Geração de empregos em empresas Incubadas e Graduatedas.	6
Quadro 3 - Distribuição de empresas Incubada e Graduatedas por porte... ..	6
Quadro 4 - Raio-X do setor de franquias e 2016.....	7
Quadro 5 -Tipos de empreendedores segundo Dornelas.	11
Quadro 6- Fatores que impulsionam ou decrescem o potencial do empreendedor.	14
Quadro 7 - Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.	17
Quadro 8 - Tipos mais publicados pela <i>Web of Science</i>	19
Quadro 9 - Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na <i>Web of Science</i>	20
Quadro 10 - Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na <i>ScienceDirect</i>	20
Quadro 11- Tipos de publicações mais encontradas na <i>Scopus</i>	21
Quadro 12- Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na <i>Scopus</i>	21
Quadro 13 - Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na <i>Spell</i>	21

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Atividade econômica.....	25
Tabela 2 - Relação entre o sexo e ser obcecado por criar valores e satisfazer clientes.....	41
Tabela 3 - Relação entre faixa etária e influenciar pessoas a mudarem o jeito de pensar.....	42
Tabela 4 - Relação entre o nível de instrução e a necessidade de assumir riscos.	43
Tabela 5 - Relação entre tempo de empresa e planejamento das ações..	43
Tabela 6 - Relação entre faixa etária e autoconfiança.	44
Tabela 7 - Relação entre sexo e ter disciplina e dedicação. .. Erro! Indicador não definido.	45
Tabela 8 - Relação entre incentivo e inovação dentro da empresa e procurar ter conhecimento sobre a necessidade do cliente..... Erro! Indicador não definido.	45
Tabela 9 - Relação entre assumir riscos calculados e incentivar a inovação dentro da empresa.....	46
Tabela 10 - Relação entre ser paciente e saber ouvir e não ter problemas em se relacionar com pessoas.	47
Tabela 11 - O que te influenciou a começar o empreendimento	47
Tabela 12 - Quantos funcionários possui a empresa..	49

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Tem ousadia e ânimo apesar da falha.....	26
Gráfico 2 – Gosto de desafios e novas oportunidades.....	27
Gráfico 3 - Faço as coisas que os outros consideram arriscados	28
Gráfico 4 – Observo o lugar ao meu redor e busco oportunidades.	29
Gráfico 5– Enxergo oportunidades onde muitos não acreditam ter.	30
Gráfico 6 - Desenvolvo estratégias para influenciar os outros	31
Gráfico 7 – Faço com que os outros me apoiem em minhas recomendações.	32
Gráfico 8 – Mantenho minha maneira de pensar mesmo quando outros discordam.....	33
Gráfico 9 - Quando tenho ideia vou logo procurando informações antes de tomar decisões	34
Gráfico 10 – Não tenho medo de falhar.	35
Gráfico 11 – Acredito que posso ser bem-sucedido em tudo que me proponho a fazer.	36
Gráfico 12 - Sou ciente de minhas fraquezas e forças	37
Gráfico 13 – Sou orientado para metas e resultados.	38
Gráfico 14 – Sou hábil em resolver problemas e achar uma solução.....	39
Gráfico 15 - Gosto de aprender.	40
Gráfico 16– Sei equilibrar sonho de realidade.	41

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABF - Associação Brasileira de Franquias

ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores.

EPP- Empresas de Pequeno Porte

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ME- Microempresa

MPE - Micro e Pequenas Empresas

PIB - Produto Interno Bruto

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*.

TEA - Taxa de Empreendedores Ativo

TTE - Taxa Total de empreendedores

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. OBJETIVOS	1
2.1 OBJETIVO GERAL	2
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
3. REVISÃO TEÓRICA	3
3.1 SURGIMENTO DO EMPREENDEDORISMO	3
3.2 EMPREENDEDORISMO: ASPECTOS GERAIS	4
3.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E RIO GRANDE DO NORTE.....	5
3.4 EMPREENDEDORISMOS POR NECESSIDADE E EMPREENDEDORISMO DE OPORTUNIDADE	9
3.5 FATORES QUE INFLUENCIAM O EMPREENDEDOR	12
3.6 FATORES QUE DECRESCEM O EMPREENDEDORISMO.....	13
3.7 MICROEMPRESAS E SUAS CARACTERÍSTICAS.....	14
3.8 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	15
4. METODOLOGIA	17
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AREA DE ESTUDO.....	17
4.2 TIPO E DESCRIÇÃO DA PESQUISA	18
4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	22
4.4 COLETA DE DADOS	22
4.5 ANÁLISE DE DADOS.....	24
5. RESULTADOS E DISCURSÃO.....	24
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO NOS MICROEMPREENDEDORES	48

1. INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo foi intensificado no Brasil na década de 90, depois de várias tentativas de globalização, em que uma das consequências foi o elevado índice de desemprego, atingindo principalmente os grandes centros urbanos. Buscou-se no empreendedorismo, uma alternativa de promover o desenvolvimento econômico, visto que, segundo Barreto (1998, p. 190) “o empreendedorismo tem a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”.

Conforme Dolabela (2008, p. 25) “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Para Drucker (1998) o empreendedor, usa como seu principal instrumento é a inovação.

Pinchot (2004) afirma que a inovação depende de uma boa execução no processamento de cinco funções-chave, quais sejam, formadores de ambiente, intraempreendedores, patrocinadores, equipe intraempreendedora, e pessoas com ideias. Os microempreendedores vêm se destacando cada vez mais no cenário nacional, pois sempre estão buscando o novo. Hisrich e Peters (2004) salientam a importância dos empreendedores a se manterem em alerta no foco da ideia para novos produtos ou serviços para o consumidor.

Conforme Halloran (1994) o empreendedor ter confiança é uma característica de grande importância, pois conseguirá lidar diante de situações perturbadoras e encontrar reparo para erros. Para Roque (2010) o empreendedor é aquele que ao ver as oportunidades que tem tendência o antecipa, tornando assim uma tendência.

Para Dornelas (2008) o empreendedorismo vem sendo o centro das políticas públicas na maioria dos países. Em relação à educação empreendedora, os casos de sucessos têm se tornado cada vez mais parte do cotidiano, há uma convicção que os poderes econômicos dos países, dependem desses futuros empresários e da competitividade dos seus empreendimentos. “A constatação de que a palavra empreendedorismo já não é mais um substantivo difícil de pronunciar e é conhecida em todo país” (DORNELAS, 2008, p.17).

Por fim o presente trabalho tem como objetivo responder ao seguinte questionamento: qual o perfil do empreendedor em microempresas situadas na cidade de Pau dos Ferros/RN?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o perfil do empreendedor em microempresas situadas em Pau dos Ferros/RN.

2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Verificar a situação das microempresas e a sua importância dentro do cenário econômico para a região.
- Identificar o perfil do empreendedor existente na unidade de estudo.

3. REVISÃO TEÓRICA

Este capítulo visa dar embasamento teórico à pesquisa sobre o empreendedorismo em microempresas utilizando de artifícios concretos e sustentáveis para o desenvolvimento dos objetivos do trabalho.

3.1 SURGIMENTO DO EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedorismo já consta há algum tempo na língua portuguesa. O século XVI foi marcado pelo seu surgimento, sendo o significado caracterizado como a pessoa que assumia a responsabilidade e dirigia uma ação militar. Porém, nem sempre ela esteve associada ao mesmo significado no início do século XVIII, passou a se referir à pessoa capaz de inovar. “O termo empreendedorismo aponta para a execução de planos ou impulsos para a realização de um negócio ou para a introdução de uma inovação de gestão numa organização já estruturada” (CAMARGO; FARAH, 2010, p. 22).

O empreendedorismo surgiu da palavra francesa *entrepreneurship*, que estava relacionada com aquele que incentivava brigas (DOLABELA, 1999). Contudo o empreendedor era retratado de uma forma diferente em cada época, onde utilizavam de termos diferentes para descrevê-los (FILION, 1999). Assim, o Quadro 1 expõe o processo evolutivo histórico do Empreendedorismo.

Quadro 1 - Histórico do desenvolvimento do empreendedorismo.

IDADE MÉDIA	Na Idade Média, o termo empreendedor ainda não possuía o mesmo significado de hoje, ele estava relacionado a pessoas envolvidas com grandes projetos.
SÉCULO XVII	Foi onde surgiu a primeira relação de empreendedorismo com correr risco, a partir de proposta feitas para que se pudesse vender algo para o governo, o realizar serviços.
SÉCULO XVIII	Com o início da industrialização o empreendedorismo começou a adotar o significado que rege até hoje, e que foi facilmente diferenciado do capitalista.
SÉCULOS XIX E XX	Esse foi o período e que empreendedores e gerentes passaram a ser confundidos, por possuírem tarefas parecidas.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2008, p. 20)

Diante disso se firmou algumas teorias nas quais o empreendedorismo se baseava, estas estavam relacionadas com a teoria econômica e a teoria comportamentalista, essenciais para a base do empreendedorismo.

Segundo Baggio e Baggio (2014) o empreendedorismo se caracteriza por duas teorias: a teoria econômica e comportamental. A teoria econômica tem por intuito principal relacionar a ligação que existe do empreendedor com a situação econômica, teoria conhecida por Shumpeter, devido a um dos mais famosos economistas que ajudou a alavancar a ideia (BAGGIO E BAGGIO, 2014). Os três economistas que mais se destacaram nessa teoria foram Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter.

“Schumpeter postulava que o desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor inovador, em vez de equilíbrio e otimização, é a ‘norma’ de uma economia sadia e a realidade central para a teoria econômica e a prática econômica”. (DRUCKER, 1998, p. 45). Assumir riscos era uma das características reconhecida pelo empreendedor defendida por Jean Baptiste Say, no qual sempre buscava um maior retorno econômico (GUIA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS, 2002).

Drucker (2003) viu o empreendedorismo e o empreendedor como àquele que seria capaz além de inovar, o mesmo que tem caráter para tomar decisões, que arrisca acima de tudo procurando aproveitar cada oportunidade, capazes de utilizar apenas recursos que lhe são oferecidos.

No entanto as características do empreendedor são adquiridas de acordo com o trabalho que se é realizada, e com o tempo de contato que você terá com seu empreendimento, a experiência seria um fator essencial (SCHUMPETER, 1997).

3.2 EMPREENDEDORISMO: ASPECTOS GERAIS

Drucker (2003) vê os empreendedores como inovadores, pois buscam sempre através das mudanças oportunidades para tornar seu negócio diferente e consequentemente o tornar melhor para o consumidor.

Teixeira et al. (2011) associavam o empreendedorismo à capacidade que se tem de assumir riscos, colocando objetivos e metas para que possa ser cumprido, no qual a motivação deve estar sempre presente, que a inovação funciona como a principal chave.

A inovação garante o desenvolvimento do empreendedorismo, visto que com a inovação é possível não apenas criar coisas novas, mas também melhorar as já existentes. Segundo Dornelas (2008) é característica do empreendedor apanhar-se diante de qualquer oportunidade, criar negócios onde os capitalizara, levando sempre em consideração os riscos calculados.

O empreendedorismo tem como seu principal destaque a inovação, tudo parte do pressuposto de mudança, fazendo com que permaneça por algum tempo uma exclusividade para a empresa, porém essa inovação é baseada em uma competência essencial (CÂMARA; ANDALÉCIO, 2012).

Hisrich (2004) menciona o empreendedorismo como uma geração de novas empresas com conteúdo inovador, o que movimenta o mercado e auxilia no desenvolvimento local das empresas.

Pereira (2011) classifica o empreendedorismo como um movimento de desenvolvimento de novos negócios e que visam bons resultados, e que ocorrem tanto em empresas privadas, mercados autônomos e instituições públicas. Pereira (2011) e Hisrich (2004) mostram que uma insatisfação gera inovação, quando algo não agrada haverá busca para a melhoria do serviço, que pode gerar certa influência sobre outros indivíduos, assim fortalecendo comunidades e empresas ali existentes. Para que se possa se tornar um empreendedor, é necessário que se aproveite todas as oportunidades que lhe são dadas, em que tem que ter audácia e coragem, a oportunidade funciona como a engrenagem do empreendedorismo (CRUZ, 2008).

A observação, percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimento, tudo isso pode se entender como a ideia do empreendimento, já que todos esses fatores acabam sendo de extrema necessidade para o desenvolvimento do mesmo (BERNARDI, 2012). Assim, o “Empreendedorismo é o recurso, processo e estado de ser completamente, e em que os indivíduos utilizam oportunidades positivas no mercado pela criação e expansão de novas empresas de negócios” (GRIES E NAUDÉ, 2011, p. 217).

3.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E RIO GRANDE DO NORTE

Para Dornelas (2008) o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (SOFTEX) foram o ponto de partida para que o empreendedorismo no Brasil se desenvolvesse tendo assim a década de 1990 como o período de ascensão para o mesmo. Ele ainda afirma que foram programas como as incubadoras que começou a despertar o tema de empreendedorismo nos brasileiros.

Um levantamento feito pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANTROTEC) em parceria com o SEBRAE, em 2016,

mostra que o Brasil possui: 369 incubadoras em operação, 2.310 empresas incubadas e 2.815 empresas graduadas, gerando 53.280 postos de trabalho.

O Quadro 2 mostra que a geração de emprego que atinge a maior porcentagem está relacionada com a empresa que tem até quatro empregados com as porcentagens de 82% nas incubadas e 64.6 nas graduadas.

Quadro 2 –Geração de empregos em empresas Incubadas e Graduadas.

Até 4 empregados	82.3	64.6
5-9	11.3	15.5
10-19	3.7	9.8
20-49	2.3	7.0
50-99	0.2	1.4
100-249	0.0	1.0
240-499	0.2	0.4
Acima de 499	0.0	0.3
Total	100	100

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir dos dados da RAIS (2016, p.12).

O Quadro 3 mostra que com relação as Incubadas e as graduadas as pequenas empresas são as que possuem a maior porcentagem, já as grandes se destacam com as menores porcentagens.

Quadro 3 - Distribuição de empresas Incubada e Graduadas por porte.

Microempresa	31.3	16.4
Pequena	64.7	69.5
Média	3.1	8.9
Grande	0.9	5.2
Total	100	100

Fonte: FGV (2016, p. 12)

Com relação às franquias no Brasil pode-se registrar um aumento de mais de 8% no ano de 2016, fazendo com que o seu faturamento passasse de R\$ 139,593 bilhões para R\$ 151,247 bilhões segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF) (2016), como mostra o Quadro 4.

Quadro 4 –Raio-X do setor de franquias e 2016.

Faturamento	R\$ 151,247 bilhões
Unidades	142.593
Marcas e operação no Brasil	3.039
Empregos diretos	1.192.495

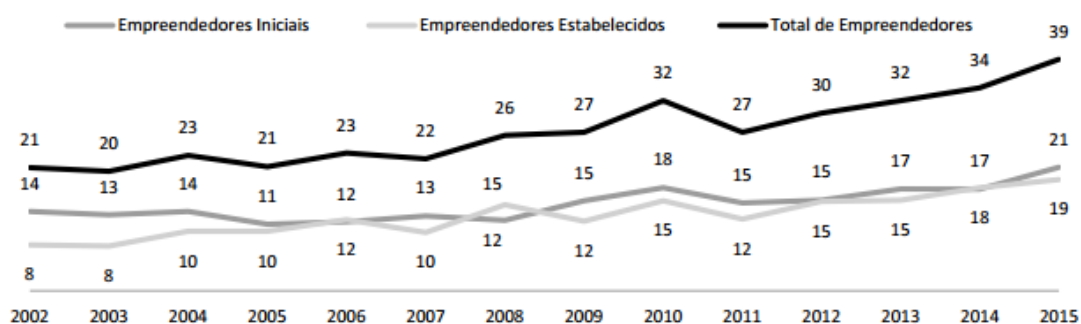
Fonte: ABF (2016)

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) mostra que o empreendedorismo é um dos mais relevantes no cenário econômico e social do país. Onde em cada 10 brasileiros, entre 18 e 64 anos, 4 tem negócio ou planejam ter um.

A Taxa total de empreendedores (TTE) em 2015 foi superior a de 2014 em 39,9%, nesse mesmo contexto, a Taxa de empreendedores iniciais (TEA) também conseguiu atingir 21% mostrando assim que 21 brasileiros de cada 100 estão envolvidos com empreendedorismo inicial.

A taxa de empreendedorismo nascente teve relação com o aumento da TEA, em que chegou a atingir em 2015, 6,7%, com relação ao empreendedorismo novo o aumento de 2014 para 2015 foi de apenas 1,1%. A Figura 1 apresenta a evolução das taxas de empreendedorismo no período 2002-2015. A taxa total aumentou de 21%, em 2002, para 39%, em 2015.

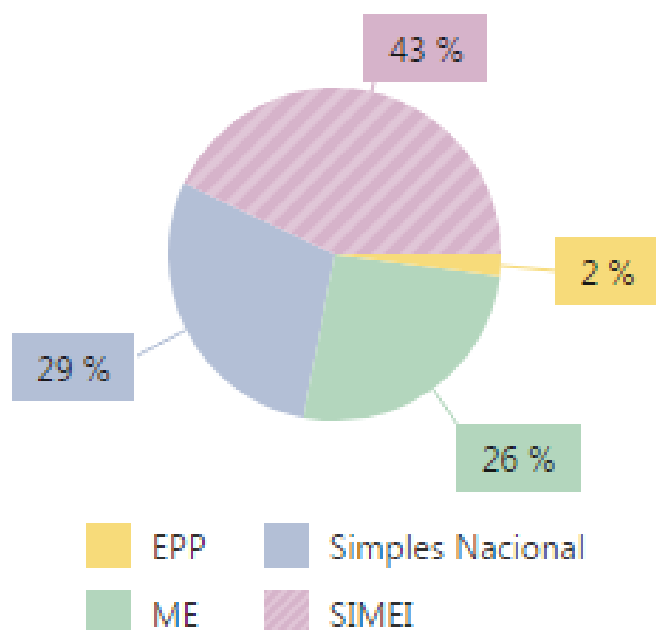
Figura 1-Taxa de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento, TEA, TTE,TEE, Brasil -2002-2015.



Fonte: SEBRAE (2015, p. 30)

No Brasil existem 17.924.540 empresas ativas, com uma arrecadação de R\$ 76.930.441.707,02 e um faturamento de R\$ 913.988.852.406,35, passando a ser de grande importância para a economia, geração de empregos, do total de empresas ativas no Brasil 26% estão dentro do quadro de microempresas como mostra a Figura 2.

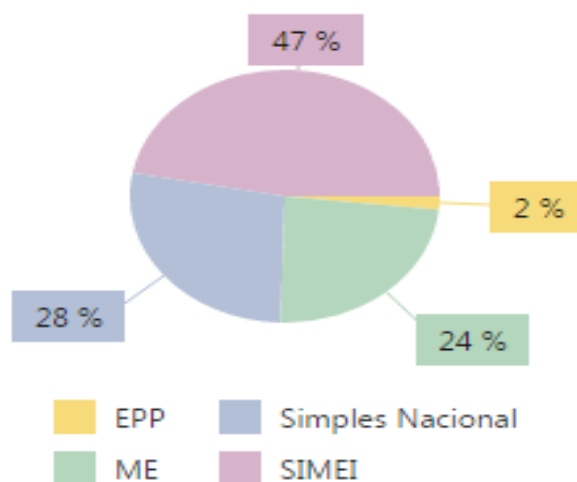
Figura 2- Distribuição de empresas no Brasil.



Fonte: Empresômetro (2017)

Conforme o Empresômetro (2017), o Rio Grande do Norte possui 2.017.107 empresas ativas no ano de 2017, desse total, 24% estão classificadas como microempresas. O estado ainda conta com uma arrecadação de R\$ 993.218.676,69, que conta com um faturamento de R\$ 11.800.150.608,23, possuindo 1,2% das empresas ativas do Brasil.

Figura 3- Distribuição de empresas no Rio Grande do Norte.



Fonte: Empresômetro (2017)

Para que haja o desenvolvimento econômico dentro de uma empresa, ela tem que estar focada nas mudanças e oportunidades que podem ser aproveitadas ou desenvolvidas. Assim, Dornelas (2008) classificou o empreendedorismo em duas definições, a primeira seria o empreendedorismo por necessidade e o segundo por oportunidade.

3.4 EMPREENDEDORISMOS POR NECESSIDADE E EMPREENDEDORISMO DE OPORTUNIDADE

O empreendedor por oportunidade se dá por aquele que tem seus objetivos, que visa uma geração de lucros de riqueza, ele busca um planejamento muitas vezes o mesmo é herdado de família, um negócio que passa de geração em geração (DORNELAS, 2008).

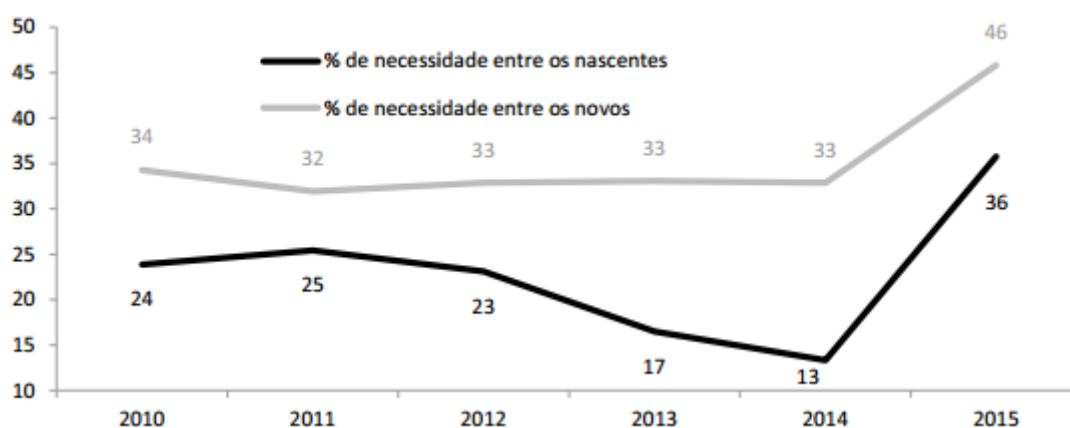
O empreendedorismo por necessidade se dá pela falta de opção que lhe é oferecida, quando não surgem oportunidades, o desemprego e a falta de alternativas para trabalho são fatores que estão relacionados (DORNELAS, 2008). “Quando pessoas de segmentos socioeconômicos mais vulneráveis decidem abrir seu próprio negócio sem as qualificações necessárias, como educação, capital financeiro e contatos sociais, em muitos casos, fracassam” (ACS & KALLAS, 2007, p. 22).

O empreendedorismo por necessidade tem uma maior probabilidade para o fracasso já que, geralmente essa posição é assumida por acaso, ou caso de extrema

necessidade. No Brasil o empreendedorismo por necessidade é o mais comum, como também em países desenvolvidos (DORNELAS, 2008).

Observa-se também na Figura 4 que a proporção de empreendedores por necessidade aumentou, em 2015, não só entre os nascentes, mas também entre os novos. O cenário brasileiro não se encontra em uma fase das melhores, no atual momento a oferta de emprego se encontra em baixa no que direciona a uma pequena renda fomenta, esse fato acaba que ocasionando a abertura de micro e pequenas empresas que optam pelo empreendedorismo por necessidade (LIMA-FILHO, SPROESSER E MARTINS, 2009).

Figura 4 - Proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos - Brasil - 2010:2015



Fonte: GEM Brasil (2015, p 33)

Já aqueles que estão em busca dos seus sonhos e aproveitam as oportunidades oferecidas optam pelo empreendedorismo por oportunidade, ao contrário do por necessidade que estão ali devido a fatores como crise econômica (PRANDO, 2010).

Dornelas (2008) ainda define outros tipos de empreendedores, conforme o Quadro 6, no qual ele afirma que:

Não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo-padrão que possa ser identificado, apesar de várias pesquisas existentes sobre o tema terem como objetivo encontrar um estereótipo universal. Por isso é difícil rotulá-lo (DORNELAS, 2008, p. 11).

Quadro 6 – Tipos de empreendedores segundo Dornelas.

Tipo 1	“Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começaram do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas” (DORNELAS, 2008, p.11).
Tipo 2	“Este tipo de empreendedor tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. É o caso clássico de quando a oportunidade bate à porta” (DORNELAS, 2008, p.12).
Tipo 3	“O empreendedor serial é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação” (DORNELAS, 2008, p.12).
Tipo 4	“O empreendedor corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios. São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas” (DORNELAS, 2008, p.13).
Tipo 5	“O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular” (DORNELAS, 2008, p.13).
Tipo 6	“O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria” (DORNELAS, 2008, p.14).
Tipo 7	“O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram
Tipo 8	“Toda teoria sobre o empreendedor de sucesso sempre apresenta o planejamento como uma das mais importantes atividades desenvolvidas pelos empreendedores. E isso tem sido comprovado nos últimos anos, já que o planejamento aumenta a probabilidade de um negócio ser bem-sucedido e, em consequência, leva mais empreendedores a usarem essa técnica para garantir melhores resultados” (DORNELAS, 2008, p.15).

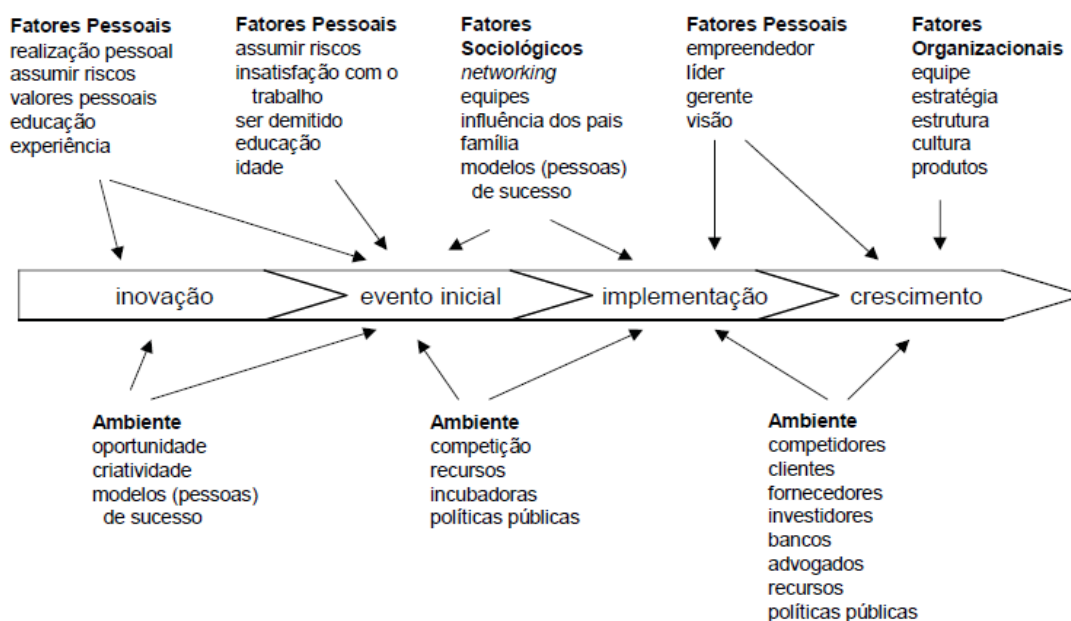
Fonte: Dornelas (2008).

3.5 FATORES QUE INFLUENCIAM O EMPREENDEDOR

A motivação para empreender muitas vezes estava em uma busca pelo poder, status, o motivo está relacionado com objetivos, onde dá origem a um comportamento diferente (CHIAVENATO, 2009).

O empreendedor não nasce sendo empreendedor, ele adquire características com o decorrer dos anos, a suas convivências e aprendizagem fazem com que elas se desenvolvam, que podem ser tanto no ambiente familiar como no ambiente de trabalho (LUCIANO *et al.* 2009). Assim, a Figura 5 expõe os principais fatores que influenciam o processo empreendedor.

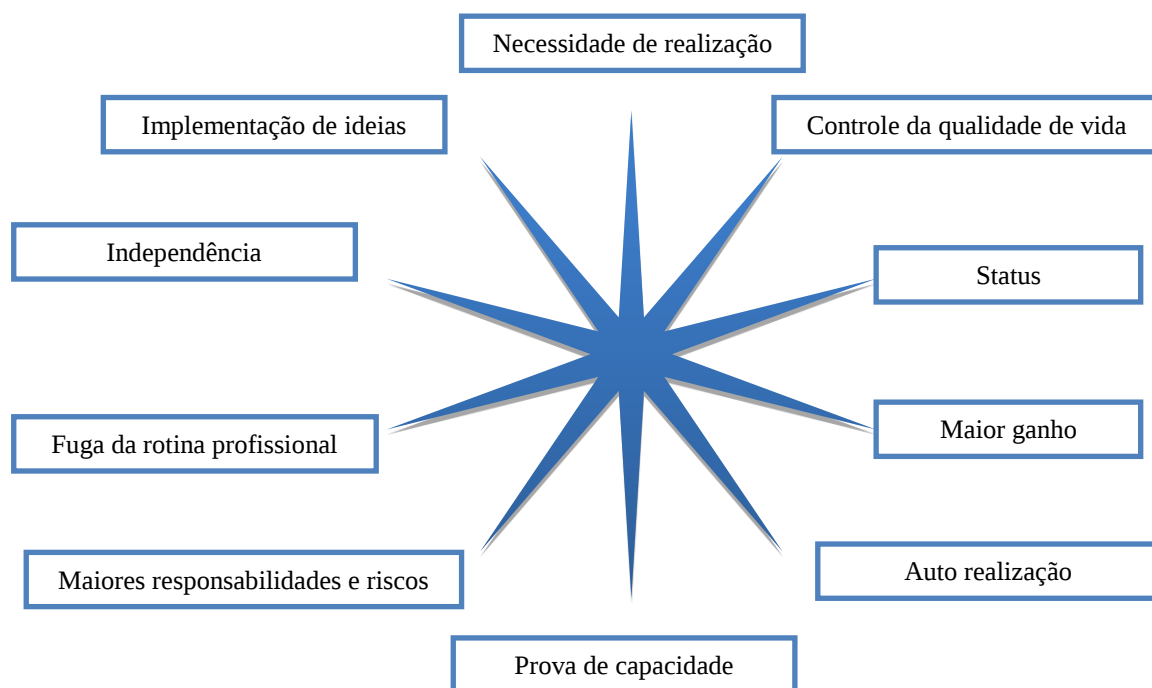
Figura 5 - Fatores que influenciam no processo empreendedor (adaptado por More, 1986)



Fonte: Dornelas (2008, p 31)

A independência pode ser um dos motivos pelo qual se começa um empreendimento (GRECO, *et al.*, 2010). Alguns motivos que levam as pessoas a empreender estar relacionada com algumas necessidades como a de realização, de programar ideias, busca por independência, uma melhor qualidade de vida, um maior ganho (VEDOIN e GARCIA, 2010). Bernardi (2012) relaciona dez motivações e razões objetivas e subjetivas que influenciam para empreender, conforme a Figura 6.

Figura 6 - Motivações que influenciam o empreendedorismo.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2017.

3.6 FATORES QUE DECRESCEM O EMPREENDEDORISMO

Existem determinados fatores que contribuem para o decréscimo do empreendedorismo, no caso dos brasileiros, é utilizado apenas o seu pequeno investimento e sua vontade, no qual deixam a desejar no planejamento, além disso, os poucos incentivos e as altas taxas de impostos, gerando uma grande burocracia na criação das empresas (JORA, 2006).

O investimento inicial é outro fator que atua no baixo índice, já que geralmente quem financia são os bancos e eles não possuem interesse nesses financiamentos (BESSANT; TIDD, 2009).

Para o autor Bernardi (2012) os custos econômicos e motivacionais agem em contra partida deixando a situação ainda mais complicada. Assim, o Quadro 7 mostra os fatores que impulsionam ou decrescem o potencial empreendedor.

Quadro 7 – Fatores que impulsionam ou decrescem o potencial do empreendedor.

Fatores que impulsionam o potencial do empreendedor	Fatores que decrescem o potencial do empreendedor
Acúmulo de conhecimento	Obrigações familiares
Domínio de tarefas complexas	Obrigações financeiras
Desenvolvimento da capacidade gerencial	Sucesso no emprego
Domínio da complexidade do negócio	Satisfação no trabalho
Acúmulo de experiência	Outros interesses

Fonte: Adaptado de Degen (1989 p. 20)

3.7 MICROEMPRESAS E SUAS CARACTERÍSTICAS

Não há um critério único para a definição de uma microempresa, pois esses critérios podem mudar de país para país dependendo de sua realidade dentro do mercado. Como afirma Filion (1990) *apud* (2001, p. 422), “a maioria das tentativas de definição dos tipos de empresa nos mais variados países foi feita não apenas por razões fiscais”. No Brasil, as microempresas são definidas pelo estatuto de microempresa e de pequeno porte (Lei Complementar nº 123/2006), que usam como classificação a receita bruta anual. A lei geral das microempresas foi instituída em 2006, onde ela prevê um tratamento diferenciado.

A microempresa será a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrado nos órgãos competentes, que aufera em cada ano, a receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.00,00 (SEBRAE, 2017). Há outras formas de se conceituar a microempresa, uma vez que o critério que é utilizado pelo SEBRAE é o número de empregados dentro de uma empresa.

O surgimento dessas empresas no Brasil se deu, principalmente, por meio de uma tendência que acontecia no mundo todo, que era a questão da terceirização. Conforme Sousa (2012)

Algumas áreas que, por não comprometerem a essência do negócio, era preferível que se contratasse empresas menores para atender os serviços que não precisavam estar no controle direto da instituição, tais como, empresas de limpeza em geral, de segurança, serviços de contabilidade, jurídico, de informática e, com isso, reduzia-se o custo (SOUSA, 2012, p. 21).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2003) desenvolveu um estudo sobre as principais características de microempresas e entre os principais estão:

baixo volume de capital empregado, altas taxas de natalidade e mortalidade, presença significativa de proprietários, sócios e funcionários com laços familiares, grande centralização do poder decisório, não distinção da pessoa física do proprietário com a pessoa jurídica, inclusive em balanços contábeis, registros contábeis pouco adequados, contratação direta de mão-de-obra, baixo nível de terceirização, baixo emprego de tecnologias sofisticadas, baixo investimento em inovação tecnológica, dificuldade de acesso a financiamento de capital de giro, dificuldade de definição dos custos fixos, alto índice de sonegação fiscal, contratação direta de mão-de-obra e utilização intensa de mão-de-obra não qualificada ou sem qualificação.

Todavia, uma grande dificuldade encontrada pelas MPEs é o alto índice de mortalidade que as atinge. Poucas são aquelas que conseguem ultrapassar os primeiros dois anos de existência, pois acabam fechando antes disso. Para sobreviver, a MPE tem que ser competitiva capaz de enfrentar a concorrência em um mundo sem fronteiras comerciais. É necessário preparar melhor o empreendedor brasileiro, principalmente no que diz respeito à tecnologia oferecida. Essa condição impõe mudanças no comportamento da sociedade e constitui-se uma fonte geradora de vantagens competitivas, mantendo os vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre empreendedores, em que todos os elos estão entrelaçados: sociedade, governo, organizações empresariais, instituições de crédito, pesquisa e ensino (SOUSA, 2012, p. 22).

Em 14 de agosto de 2007 foi criada a lei complementar nº 127, que ratificou com algumas modificações, o estatuto Nacional das Microempresas e empresas de pequeno porte, o objetivo de lei foi à criação de regras e condições diferenciadas, essas condições se dizem respeito a:

- Desburocratizar a apuração e recolhimento de impostos e contribuições
- Facilitar o cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias
- Permitir o acesso ao crédito e ao mercado, inclusive quanto à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos poderes públicos.

3.8 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Silva, Silva e Dan (2008) levam em consideração que o desemprego foi o principal ator que fez com que o perfil do empreendedor ganhasse terreno, por isso pessoas buscam saídas na criação de negócios visando geração de rendas. Os mesmos autores ainda salientam que identificar o perfil do empreendedor de cada pessoa e o trabalho em equipe pode ser essencial para o sucesso dentro de uma organização.

Dentro de uma empresa, uma das principais características, em que mais influência nas decisões está relacionada com a personalidade e a partir dela que é

possível estabelecer relação com que irá reagir ao ambiente. A imagem da empresa será feita a partir dessa personalidade, desde imagem até os valores que ela possui.

Mostra que há um mito referente a não ser possível desenvolver o empreendedorismo através de análises criteriosas sobre vários empreendimentos existentes, independentemente de sua etapa evolutiva; ressalta também que existem várias circunstâncias que dão origem ao empreendimento e caracterizam o empreendedor. (BERNARDI, 2010, p. 64).

Um empreendedor independente de sua área de atuação, pode ter o comportamento baseado em quatro aspectos para Hisrich e Peters (2002), o primeiro é a criação, o segundo a dedicação, o terceiro é assumir todos os riscos, e o quarto é a independência seguido da satisfação individual. Existem fatores essenciais para que se possa ser um empreendedor bem-sucedido, levando em conta todos os pontos em que possa a vim a contribuir, o seu perfil vai mostrar o que realmente pode fazer as atitudes tomadas. O que trará o sucesso do empreendimento não depende de fatores internos e externos, e como vai saber administrar as dificuldades do dia-dia. O perfil do empreendedor que se obtém sucesso é um dos mais estudados, onde se procuram saber o diferencial que eles têm, qual a personalidade e atitudes.

Dornelas (2008) descreve no Quadro 8 três dos vários mitos em especial e que devem ser analisados com mais atenção.

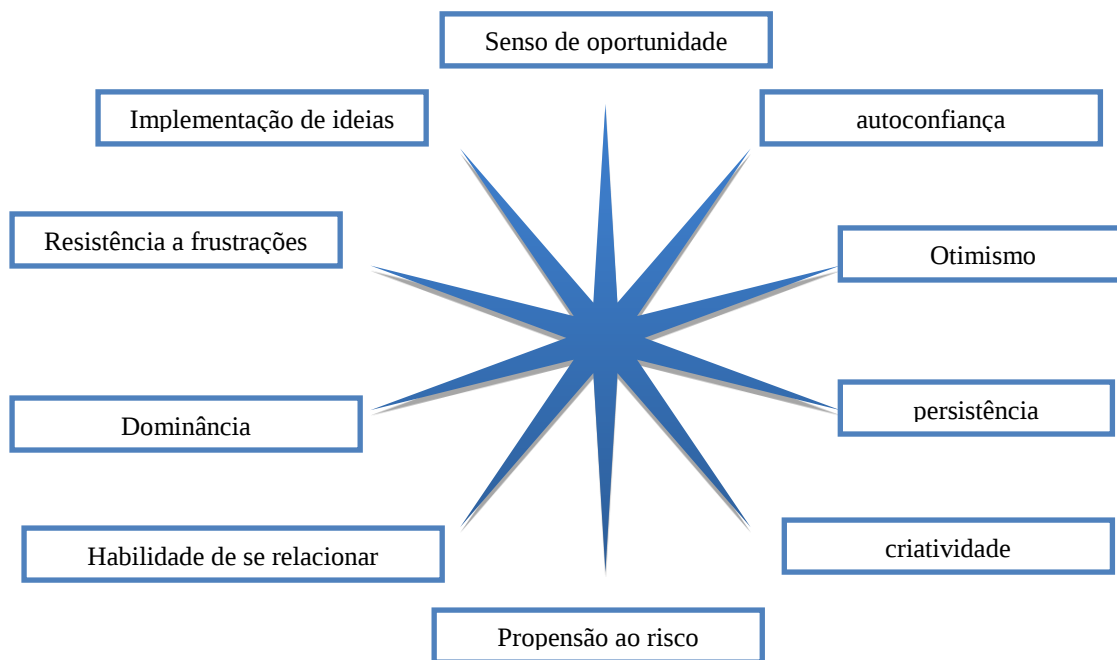
Quadro 8 – Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.

Mitos	Realidade
Empreendedores são natos, nascem para o sucesso	Enquanto os empreendedores nascem com um certo nível de inteligência, empreendedores de sucesso acumulam habilidades relevantes, experiências e contatos com o passar dos anos. A capacidade de ter visão e perseguir oportunidades aprimora-se com o tempo.
Empreendedores são jogadores que assumem riscos altíssimos	Tomam riscos calculados, evitam risos desnecessários, compartilham risco com os outros, dividem os riscos em partes menores.
Os empreendedores são lobos solitários e não conseguem trabalhar em equipe	São ótimos líderes, criam times e equipes

Fonte: Dornelas (2008, p. 28).

Para uma definição da figura do empreendedor é traçado segundo Bernardi (2012) um perfil característico e típico de personalidades no qual se destacam de acordo com a Figura 7.

Figura 7- Perfil de empreendedores



Fonte: Elaborada pelo autor, 2017

“Um estereótipo comum do empreendedor enfatiza características como uma enorme necessidade de realização, uma disposição para assumir riscos moderados e uma forte autoconfiança” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004, p. 9).

4. METODOLOGIA

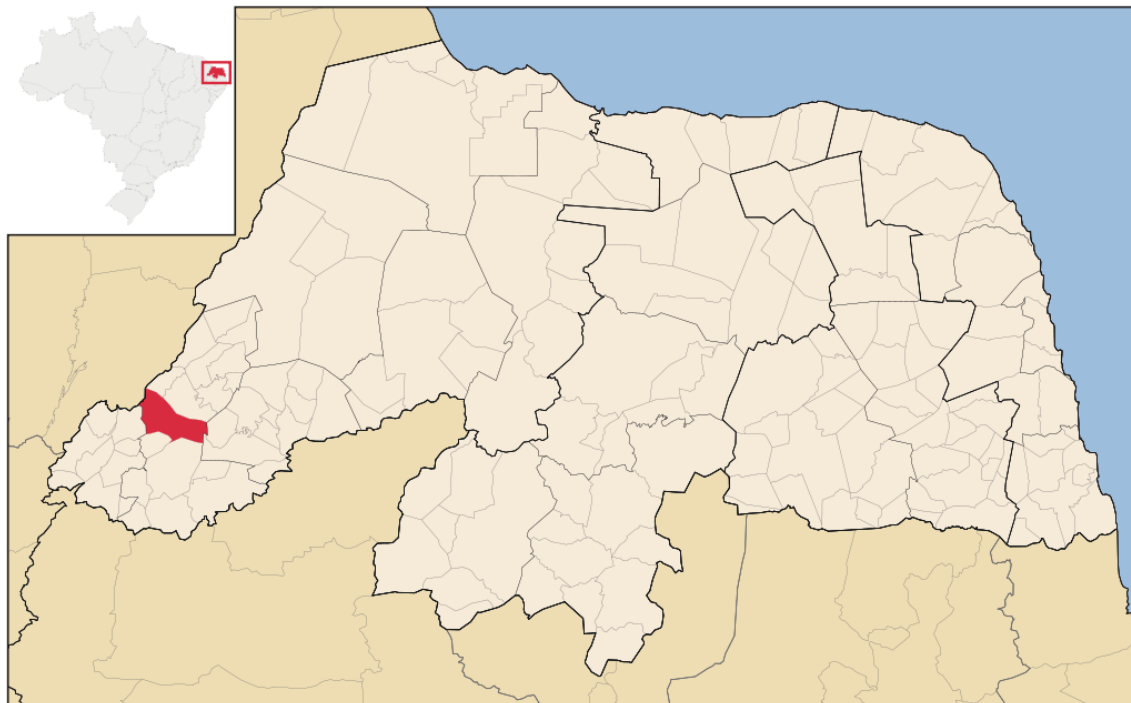
Este capítulo abordará os métodos de pesquisa que foram utilizados para que se pudesse ter um embasamento, no qual permitirá fazer uma análise do perfil do empreendedor da cidade de Pau dos Ferros-RN.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AREA DE ESTUDO

Este trabalho foi realizado na cidade de Pau dos Ferros - RN, onde se situa em uma microrregião homônima e mesorregião do oeste potiguar (Figura 8), localizado a 392 km da capital Natal. Segundo o censo do IBGE, estimado para 2016 seria uma população de 30.206 habitantes, sendo que por ser referência em centro comercial, estimasse um fluxo diário de 50 mil pessoas, possuindo uma área de 259,959 km². Pelo

censo de 2015 realizado pelo IBGE, em 2013 o PIB era de R\$ 318.369 mil reais, em que o setor que foi responsável por grande parte foi o terciário.

Figura 8- Localização do município de Pau dos Ferros-RN.



Fonte: IBGE, 2017.

4.2 TIPO E DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Inicialmente foi feito um levantamento bibliográfico, para que se conhece as diferentes teorias referentes ao empreendedorismo dentro das microempresas e do perfil desenvolvido por esses empreendedores, no qual foi possível a partir desse embasamento elaborar os pontos que seriam essenciais para essas características, servindo assim de base para o desenvolvimento dos questionários. Para Lakatos e Marconi (2009, p. 185) “a pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo(...)”. A pesquisa serve para auxiliar nos resultados teóricos, já que eles por si só não contém dados suficientes para mostrar a problemática por completa, então ao realizar a pesquisa ela dará um maior embasamento, facilitando os resultados e discussões (GIL, 2008).

Para a pesquisa também foram utilizadas para incrementar o trabalho, quatro bases de dados com termos entre 2007 e 2017, dando um espaço de 10 anos para que se pudessem obter resultados mais concisos, os termos utilizados foram, perfil (apenas no

título) e empreendedor (apenas no título), e *Profile* (apenas no título) e *Entrepreneur* (apenas no título).

As quatro bases utilizadas foram *Web of Science* em que foram 28 artigos encontrados - *Profile* (apenas no título) e *Entrepreneur* (apenas no título), *ScienceDirect* 5 artigos encontrados - *Profile* (apenas no título) e *Entrepreneur* (apenas no título), 1 artigo encontrado – Perfil (apenas no título) e Empreendedor (apenas no título), *Scopus* 36 artigos encontrados - *Profile* (apenas no título) e *Entrepreneur* (apenas no título), 1 artigo encontrado – Perfil (apenas no título) e Empreendedor (apenas no título), *Spell* 7 artigos encontrados - *Profile* (apenas no título) e *Entrepreneur* (apenas no título), 19 artigos encontrados – Perfil (apenas no título) e Empreendedor (apenas no título).

Para cada base foram promovidos quadros em que relacionam o ano da publicação e as quantidades em que foram publicadas, e outra que relaciona o tipo da publicação, e a quantidade da mesma. A primeira a ser analisada foi a *Web of Science*, em que a maior parte das publicações foram feitas através de artigos, constando como o ano de 2015 como o ano com o maior número de publicações, como mostram os Quadros 9 e 10.

Quadro 9 – Tipos mais publicados pela *Web of Science*.

Tipo	Quantidade
Article	14
Book Review	4
Proceedings Paper	10

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Quadro 10 – Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na *Web of Science*.

Ano	Quantidade
2007	2
2008	2
2009	2
2010	1
2011	1
2012	2
2013	3
2014	3
2015	8
2016	4

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

A segunda base a ser incrementada para estudo foi a *ScienceDirect*, em que todas as publicações foram feitas em forma de artigos, e o ano que obteve mais publicações foi o de 2014 com 4 publicações, tendo nos anos de 2010 e de 2015 apenas uma publicação em cada, conforme o Quadro 11.

Quadro 11 – Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na *ScienceDirect*.

Ano	Quantidade
2015	1
2014	4
2010	1

Fonte: Autor, 2017.

Na *Scopus*, foi a base em que foram encontrados o maior número de publicações, sendo 37 arquivos, conforme o Quadro 12. Foram 25 artigos encontrados, expondo os anos de 2015 e 2010 como os anos que mais possuem publicação sobre a temática, conforme pode ser observado no Quadro 13.

Quadro 12 – Tipos de publicações mais encontradas na *Scopus*.

Tipo	Quantidade
Article	25
Conference Paper	3
Review	2
Article in Press	1
Book Chapter	6

Fonte: Autor, 2017.

Quadro 13 – Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na *Scopus*.

Ano	Quantidade
2007	1
2008	3
2009	2
2010	6
2011	4
2012	2
2013	3
2014	3
2015	8
2016	4

2017	1
------	---

Fonte: Autor, 2017.

Por último foi utilizado a *Spell*. Nela só foram constadas publicações na forma de artigo, com o ano de 2013 como o ano de maior número, com 4 publicações e os anos de 2011 e 2017 não foram constadas nenhuma, conforme o Quadro 14.

Quadro 14– Quantidade de publicações entre o ano de 2007 e 2017 na *Spell*.

Ano	Quantidade
2007	1
2008	2
2009	2
2010	1
2011	0
2012	2
2013	4
2014	3
2015	1
2016	3
2017	0

Fonte: Autor, 2017.

O método utilizado no trabalho foi o de pesquisa de campo de natureza qualitativa, bem como uma abordagem quantitativa, que para Gil (2008) o estudo de campo é buscar em uma realidade, a sua problemática e realizado através de observações e entrevistas. Foi aplicado esse método com intuito de identificar o verdadeiro perfil do empreendedor de Pau dos Ferros, sendo utilizado em coleta de dados.

Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa com a realidade do campo pesquisado, ele atribui valores, crenças, ela serve para comparar a realidade que está sendo vivenciada pela amostra que está sendo aplicada a pesquisa, no final essa pesquisa pode ser transformada em números que darão mais coesão aos resultados.

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo

positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente (FONSECA, 2002, p. 20).

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população a quem se refere à pesquisa está ligada aos microempreendedores que atuam na cidade de Pau dos Ferros-RN, em que possuem 17% das empresas ativas sendo microempresas, no que resulta em 356, segundo dados do Empresômetro (2017).

A amostragem utilizada foi do tipo amostragem probabilística, conforme Bolfarine e Bussab (2005), onde foi calculado o tamanho da amostra com base em uma população de 356 empresas, em que foi optado em manter um nível de confiança de 95%, e uma margem de erro de $\pm 5\%$, resultando assim em uma amostragem de 188 empresas.

As 188 empresas selecionadas, foram das mais diversas atividades econômicas, com o objetivo de se obter melhores resultados, os critérios usados para a seleção da empresa, segundo o SEBRAE, foram: estar dentro dos padrões de uma microempresa, estar economicamente ativa, e o setor estar localizado em Pau dos Ferros.

4.4 COLETA DE DADOS

A aplicação do mesmo se deu entre os dias 20 de abril de 2017 e 9 de maio de 2017. Os questionários (Anexo A) foram aplicados aos proprietários de microempresas localizadas em Pau dos Ferros, as perguntas contidas no questionário foram elaboradas da forma mais objetiva possível no qual contabilizaram no total, 55 itens, com o objetivo de descrever algumas das características presente nos microempreendedores, os itens foram elaborados a partir de uma análise bibliográfica de Bernardi (2012), e Dornelas (2008) onde buscou atender ao máximo de pontos possíveis, para que se pudessem obter resultados concisos.

Os pontos em que foram embasados no questionário estavam relacionados com: busca de informações, busca de oportunidades, persistência, motivação, decisão e responsabilidade, aceitação do risco, autoconfiança, liderança, inovação, controle (DORNELAS, 2008; BERNARDI, 2012).

Essas afirmações foram medidas através da escala de *Likert* de cinco pontos, em que para cada afirmação assumiu um valor de 1 a 5, assim ficou distribuído da seguinte forma: Nunca (1), Raras vezes (2), Algumas vezes (3), Usualmente (4), Sempre (5). Foi utilizado esse método de escala somatória de Likert para facilitar o entendimento do entrevistado, com relação a concordância, indicando o grau da resposta. Assim, o modelo de pontuação, para verificar o perfil empreendedor se caracteriza pela adaptação do modelo proposto por Muraro e Verruck (2012), que afirmam:

Quanto mais próximo de 200 a somatória estiver, maior será a presença dos atributos empreendedores nos alunos, representando um perfil empreendedor superior. De 121 a 160 pontos, o perfil é considerado médio superior. Entre 81 e 120 pontos, o perfil é médio. De 41 a 80 pontos, considera-se perfil médio inferior e, por fim, resultados abaixo de 40 pontos indicam uma menor incidência de características empreendedoras, consistindo em um perfil empreendedor inferior (MURARO e VERRUCK, 2012, p. 11).

Os questionários aplicados foi um meio mais prático e rápido de se coletar os dados, no qual foi explicado que era apenas para fins estatísticos, sendo essencial para obter resultados concisos, e que se tratava de um trabalho acadêmico, onde apenas seria para avaliação do perfil do microempreendedor.

Durante a aplicação foi esclarecido que ninguém seria identificado, e que a pesquisa foi totalmente desenvolvida pela UFERSA, onde foi deixado claro que não haveria nenhuma ligação com outro órgão à prefeitura ou estado, isso contribuiu para que os entrevistados se sentissem mais à vontade.

Para Martins (2009 p. 42), a entrevista “trata-se de uma técnica de pesquisa para coleta de dados cujo objetivo básico é entender e compreender o significado que os entrevistados atribuem a questões e situações (...)”. Também se procurou não se aplicar o questionário a mais de uma pessoa por vez, ou deixar que alguém que fosse ser entrevistado presenciasse, pois poderia influenciar diretamente nos resultados.

O questionário foi dividido em duas partes, no qual na primeira é composta por 7 questões, com aspectos como, atividade econômica, gênero, idade, a quantidade de funcionários que a empresa possui, quanto tempo possui o estabelecimento. A segunda e última parte era composta por 48 variáveis, na qual se aplicava a escala de *Likert*.

Uma escala tipo Likert é composta por um conjunto de frases (itens) em relação a cada uma das quais se pede ao sujeito que está a ser avaliado para manifestar o grau de concordância desde o discordo totalmente (nível 1), até ao concordo totalmente (nível 5, 7 ou 11) (CUNHA, 2007 p. 24).

4.5 ANÁLISE DE DADOS

Foi utilizada a estatística descritiva para que se pudesse analisar os dados do questionário, com a utilização do software Microsoft Excel 2017, no qual a aplicação dos cinco itens, (1) nunca, (2) raras vezes, (3) algumas vezes, (4) usualmente, (5) Sempre, em que no final foram feitos os somatórios para que se pudesse obter um resultado estatístico.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresentará o diagnóstico do perfil do microempreendedor de Pau dos Ferros-RN. Com base em dados obtidos a partir de uma pesquisa de campo, assim foram feitas as análises sobre às características.

Após a aplicação do questionário, nos dados obtidos ficou nítido uma maior presença do sexo masculino envolvido com empreendimento com 63,3%, em relação ao feminino que obteve apenas 36,7%.

Com relação ao nível de escolaridade, as pesquisas deixaram claro que a maioria dos entrevistados possuíam ensino médio completo com 75,5%, nível superior teve uma quantidade considerável e mestrado e doutorado não foi constado nenhum.

A idade que teve uma maior participação e que foi constada estava entre a faixa de 41 a 50 anos com 29,8%, contudo na faixa etária de 18 a 20 anos não foram constados nenhuma influência que foi observada em maior número para que se pudesse começar o empreendimento, foi a de influência família.

A atividade econômica em que se estava situado às microempresas entrevistadas variavam entre os mais diversos ramos, desde hotéis a centros de beleza, procurou-se a maior diversificação possível já que o objetivo era um perfil geral do empreendedor. A média de tempo das empresas envolvidas na pesquisa foi de aproximadamente 13 anos.

Para o estudo do perfil do empreendedor de microempresas em Pau dos Ferros-RN, foi aplicado um questionário em que continha 55 perguntas em que o resultado será demonstrado, a partir de gráficos e Tabelas.

Um fator de grande importância para a pesquisa se deu pela atividade econômica dos microempreendedores, já que está orientado para suprir as necessidades dos consumidores. Assim, a partir da análise da Tabela 1 pode direcionar qual seria a categoria que teria maior e menor influência dentro do mercado de negócios de Pau dos Ferros. A venda de roupas, calçados e jóias encontram-se com mais frequência,

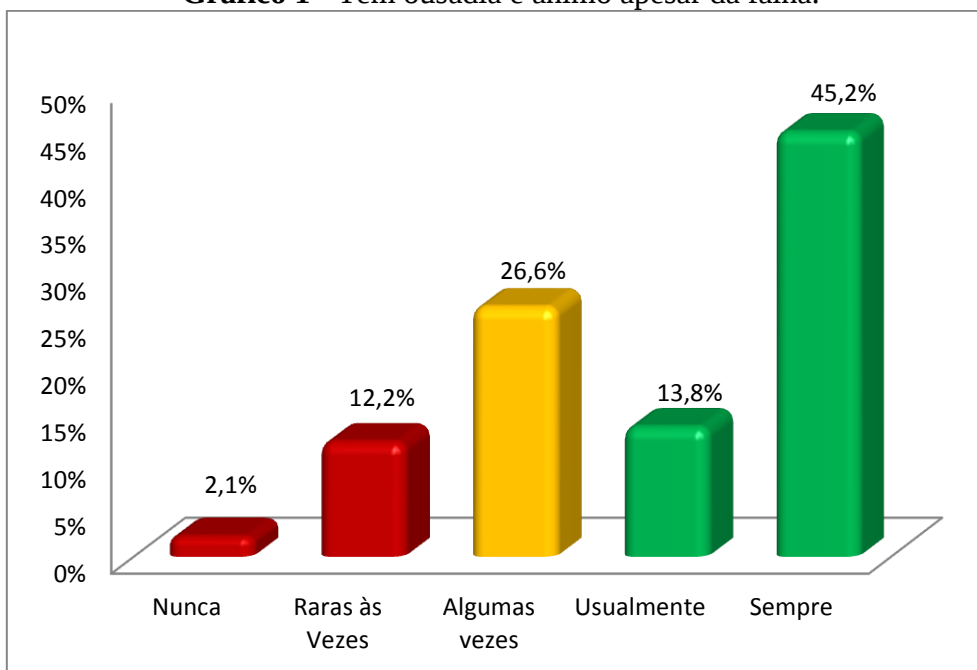
contabilizando 21,8%. Os produtos farmacêuticos vêm logo em seguida com 11,7%. Porém, a atividade econômica que está ligada a atividades de apoio a educação e desenvolvimento profissional estão entre as mais baixas com apenas 1,1%, o que se mostra em pequena quantidade.

Tabela 1 - Atividade econômica.

Atividade econômica	Frequência	%
Venda de roupas, calçados e joias.	41	21,8%
Produtos farmacêuticos	22	11,7%
Peças, acessórios e reparação de equipamentos eletrônicos, telefonia e de informática.	19	10,1%
Material de construção	11	5,9%
Restaurantes, lanchonetes e serviços de <i>buffet</i>	11	5,9%
Venda de produtos alimentícios	17	9,0%
Cosméticos, perfumaria e higiene pessoal	7	3,7%
Manutenção e acessórios para motocicletas e motonetas	7	3,7%
Atividades de produção de fotografias e filmagens	5	2,7%
Venda de Móveis e eletrodomésticos	4	2,1%
Hotéis	4	2,1%
Atividades de estética e serviços de cuidados com a beleza	4	2,1%
Armarinho e papelaria	4	2,1%
Laboratórios e clínicas médicas	4	2,1%
Artigos esportivos	3	1,6%
Bares e serviços de bebidas	2	1,1%
Construção de edifícios	2	1,1%
Atividades de Condicionamento Físico	2	1,1%
Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	2	1,1%
Assessórios, alimentação, alojamento, higiene e embelezamento de animais	2	1,1%
Serviço de transporte de passageiros e agência de viagens	2	1,1%
Atividades de apoio à educação e desenvolvimento profissional	2	1,1%
Outros (ramo com apenas uma empresa)	9	4,8%
Não Respondeu	2	1,1%
Total	188	100,0%

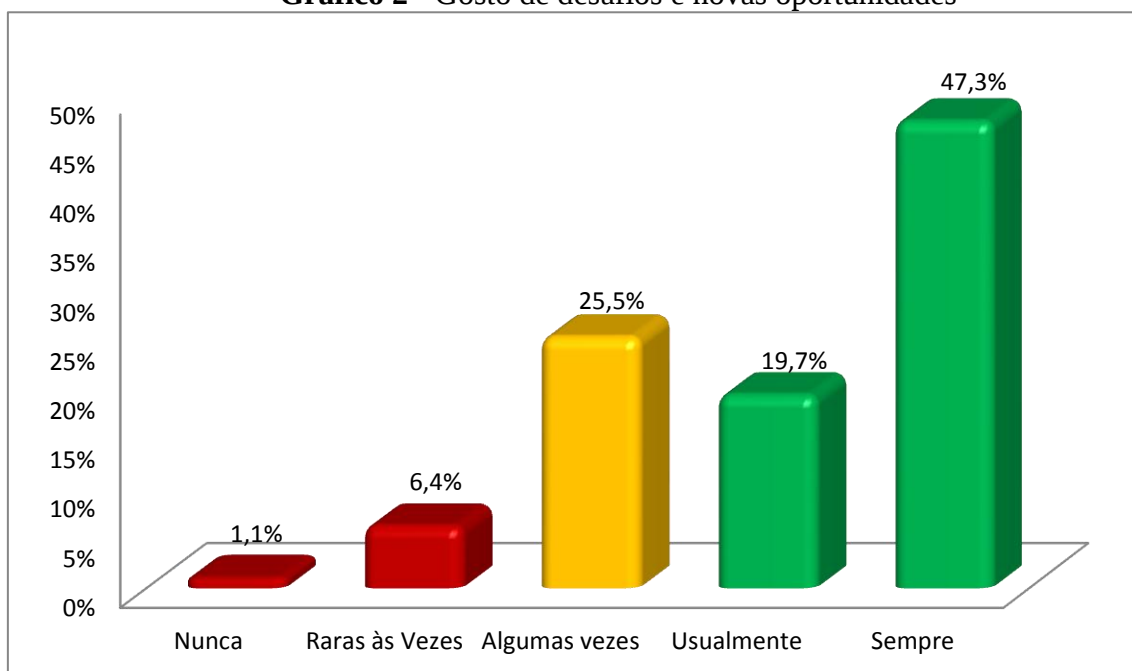
Fonte: Elaborado pelo autor.

Para o empreendedorismo, ter ânimo e ousadia apesar da falha, é um dos fatores relevantes, pois nem sempre é possível se obter o êxito, pois um dos motivos para a falha está relacionado com a alta concorrência dentro do mercado. O Gráfico 1 mostra o quanto os microempresários de Pau dos Ferros se posicionaram quanto ao questionamento, onde 45,2% responderam que sempre estão tentando superar a falha, e apenas 2,1 % afirmaram nunca ter ousadia ânimo após falhas.

Gráfico 1 - Tem ousadia e ânimo apesar da falha.

Fonte: Elaborado pelo autor.

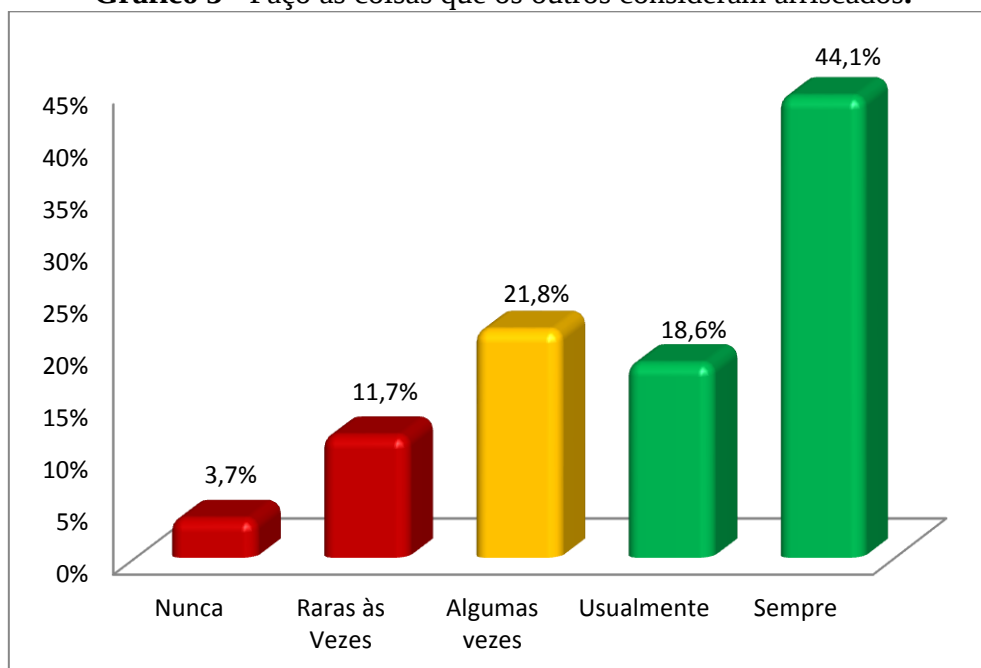
O Gráfico 2 retrata a opinião dos entrevistados a respeito da característica de gostar de desafios e novas oportunidades, o que entra como uma das principais características do empreendedor. Com isso, 47,3% responderam sempre, mostrando sempre estar atrás de desafios e oportunidades, e apenas 1,1 % optaram por a alternativa nunca.

Gráfico 2 - Gosto de desafios e novas oportunidades

Fonte: Elaborado pelo autor.

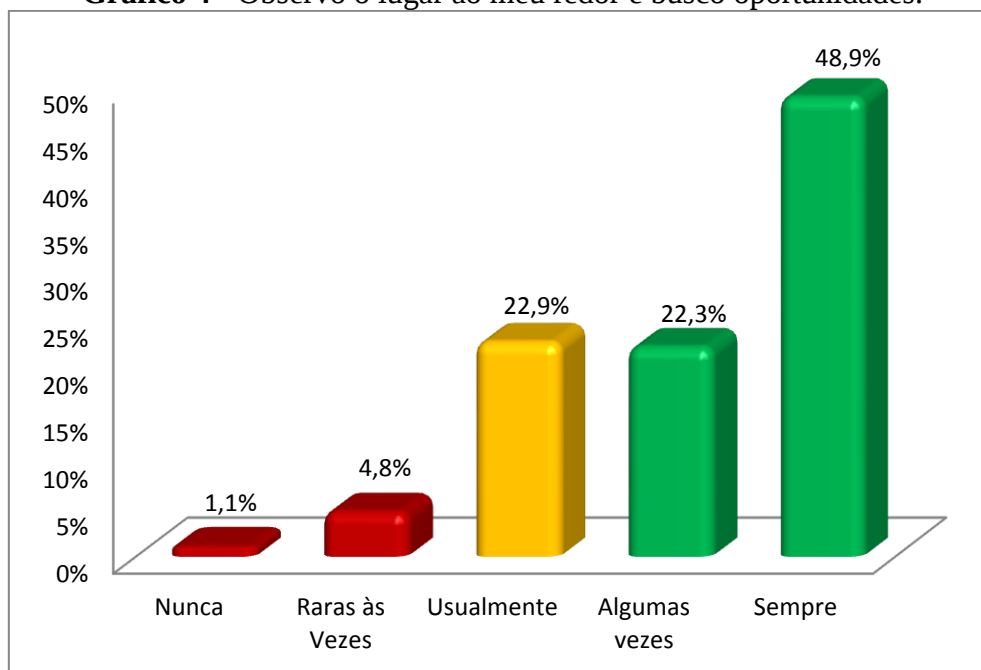
O Gráfico 3 mostra a opinião dos empreendedores de Pau dos Ferros a respeito da característica de fazer coisas que os outros consideram arriscados, pois essa característica se encaixa diretamente em perfil de empreendedores de sucesso, no qual arriscaram tudo para que sua carreira desse certo, porém esses riscos eram todos calculados. Assim, 44,1% responderam à alternativa “sempre” mostrando forte característica de empreendedor, e 3,7% se mostraram não estar dispostos a correr riscos.

Gráfico 3 - Faço as coisas que os outros consideram arriscados.



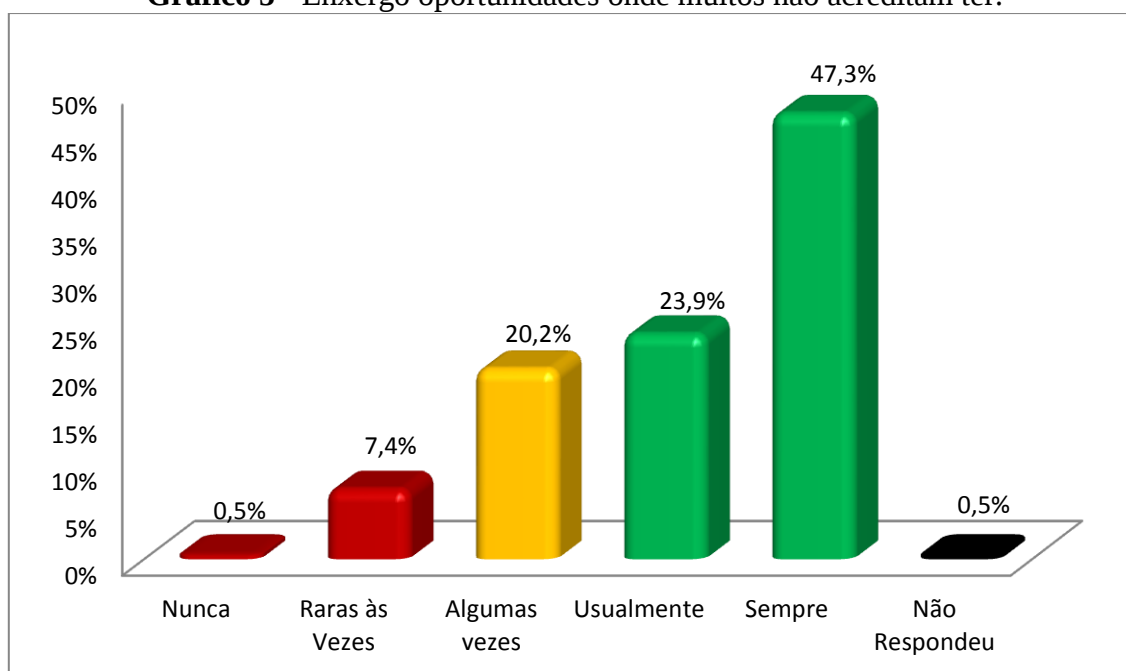
Fonte: Elaborado pelo autor.

O Gráfico 4 representa a opinião dos entrevistados a respeito de observar o lugar ao redor e buscar oportunidades, um bom empreendedor sabe analisar bem situações, observar lugares onde terá possível oportunidade de sucesso e sempre estar tentando atrair oportunidades buscando por ela. Com isso foi possível concluir que 48,9% dos microempreendedores se identificaram com a alternativa sempre, enquanto 1,1% optaram pela alternativa nunca.

Gráfico 4 - Observo o lugar ao meu redor e busco oportunidades.

Fonte: Elaborado pelo autor.

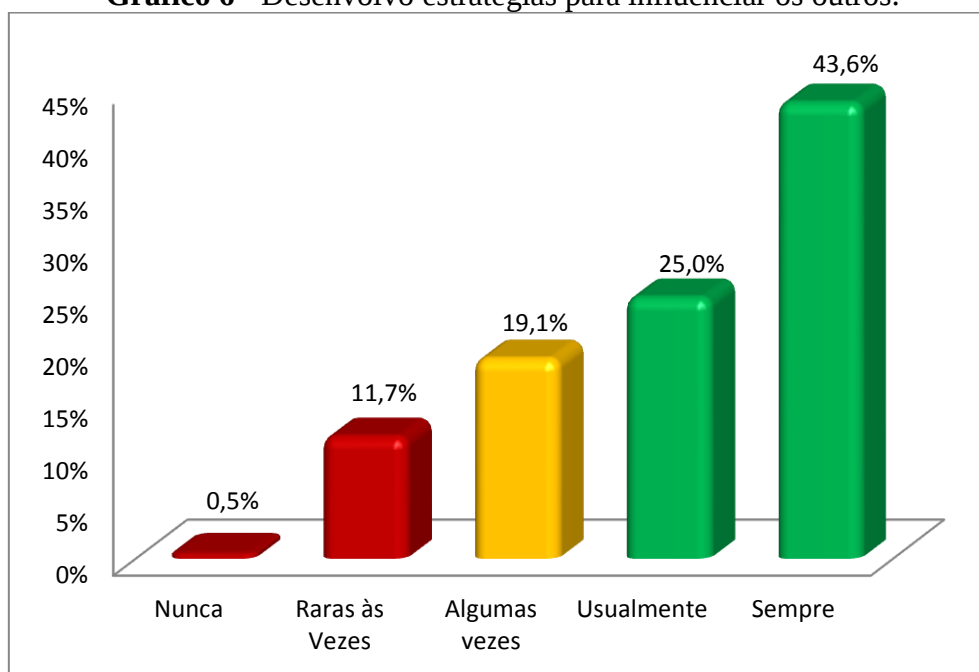
O Gráfico 5 expõe a característica encontrada nos microempreendedores de Pau dos Ferros a respeito de enxergar oportunidades onde muitos não acreditam ter. Dentre os entrevistados, 47,3% responderam a opção sempre, mostrando estar sempre buscando observar oportunidades, que muitas vezes podem ser consideradas inviáveis, e apenas 0,5% apontaram a alternativa nunca com determinante de sua característica.

Gráfico 5 - Enxergo oportunidades onde muitos não acreditam ter.

Fonte: Elaborado pelo autor.

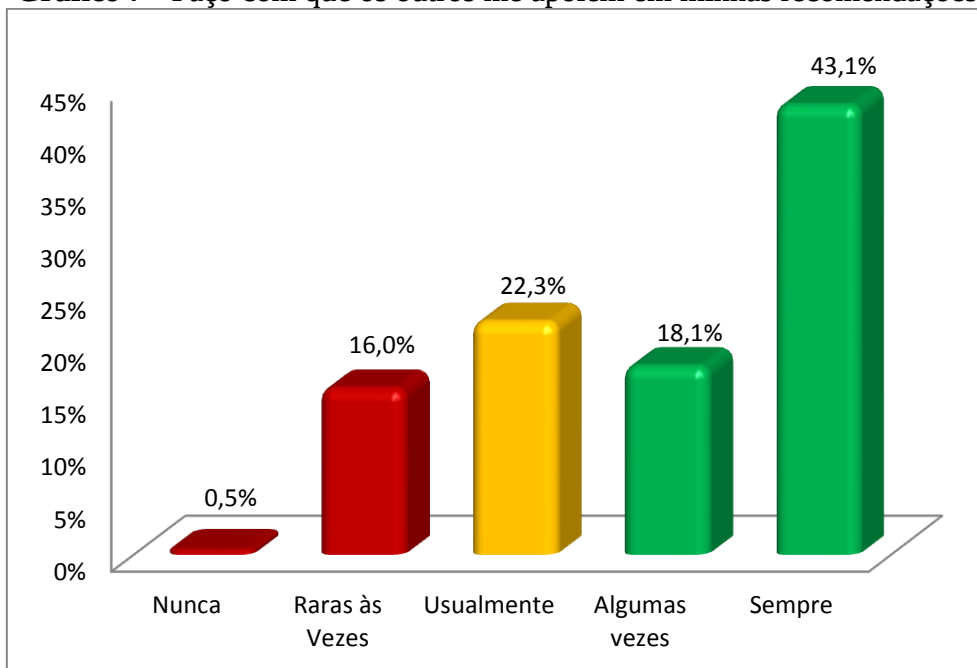
O Gráfico 6 destaca a característica de desenvolver estratégia para influenciar outros, essa característica se destaca pelo poder de persuasão que o empreendedor tem que desenvolver durante sua carreira e que contribui bastante para o crescimento do seu negócio. No entanto, os entrevistados se mostraram flexíveis para adotar estratégias para influenciar, em que constou que 43,6% responderam sempre, e 0,5% atribuíram ao nunca.

Gráfico 6 - Desenvolvo estratégias para influenciar os outros.



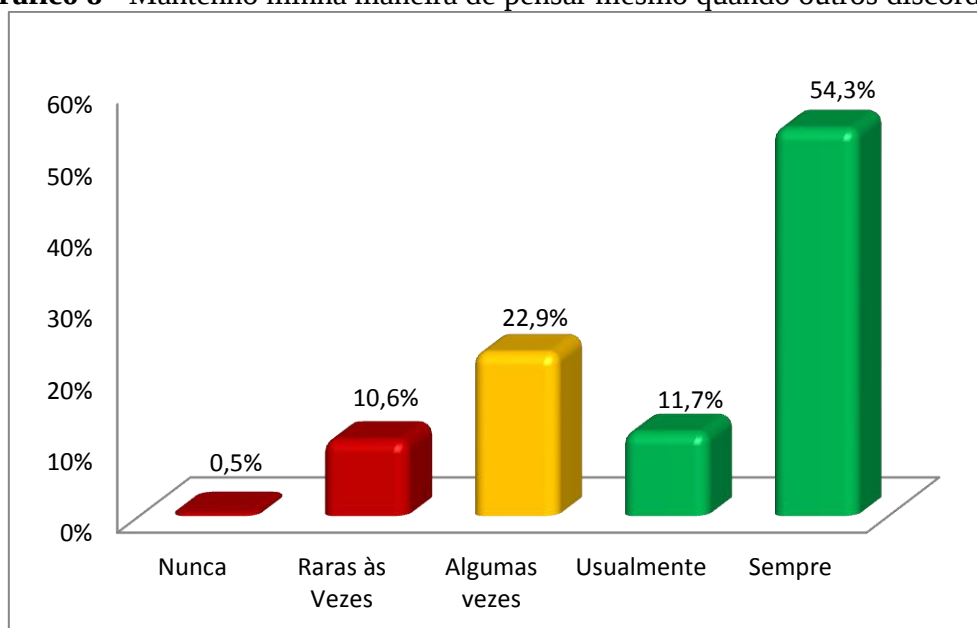
Fonte: Elaborado pelo autor.

O Gráfico 7 abrange novamente o poder de persuasão dos empreendedores, ele traz a opinião dos microempreendedores entrevistados, a respeito de fazer outros apoiarem nas recomendações. Do total, 43,1% apontaram sempre como a resposta que mais se aproxima de seu perfil e 0,5% contaram como resposta nunca.

Gráfico 7 - Faço com que os outros me apoiem em minhas recomendações.

Fonte: Elaborado pelo autor.

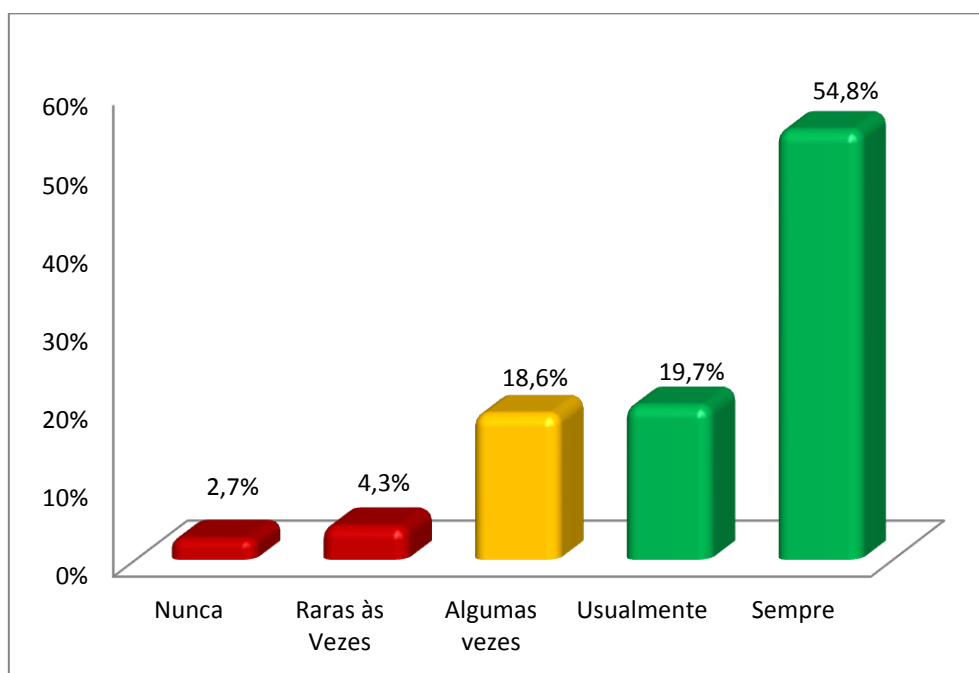
O Gráfico 8 refere-se à característica de manter seus ideais mesmo quando se é discordado, não modificando a maneira na qual você pensa ou age diante de determinadas situações, com isso ficou claro que parte dos entrevistados se identificaram com essa característica, em que 54,3 % concordaram com a resposta sempre e 0,5% estavam dentro dos que afirmaram nunca.

Gráfico 8 - Mantenho minha maneira de pensar mesmo quando outros discordam.

Fonte: Elaborado pelo autor.

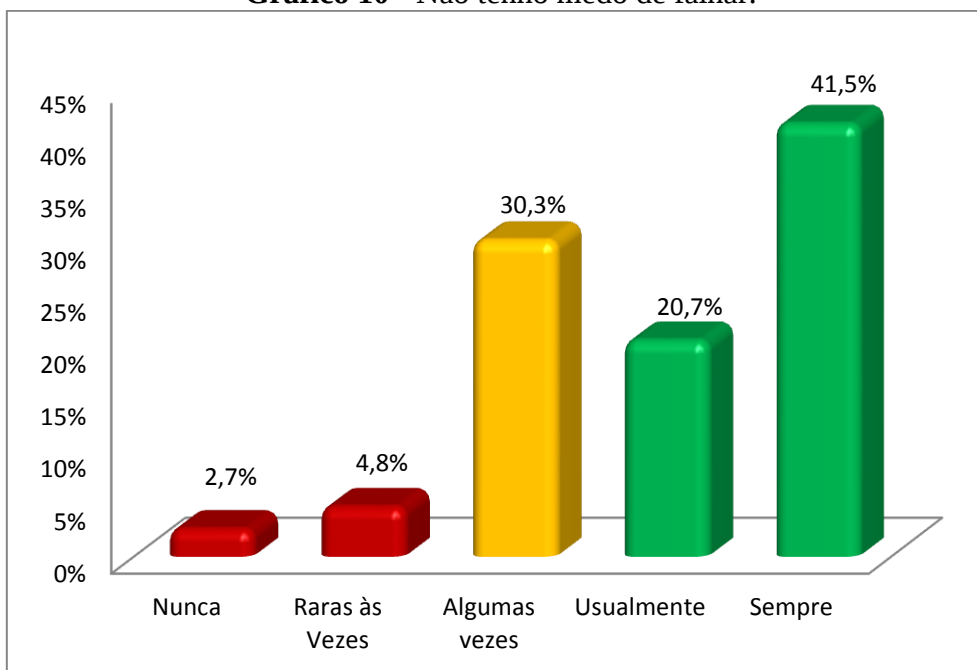
O Gráfico 9 está relacionado com o fato de procurar informações antes de tomar decisões, pois todo empreendedor procurar ter o máximo de conhecimento possível antes de abrir qualquer empreendimento. Assim, as informações podem colocá-lo dentro do mercado com algumas vantagens, como conhecer a concorrência em que seu ramo está inserido. Com relação a esse ponto os entrevistados se mostraram muito pessimistas com 54,8% respondendo sempre, e apenas 2,7% atribuiu à resposta nunca.

Gráfico 9 - Quando tenho ideia vou logo procurando informações antes de tomar decisões.



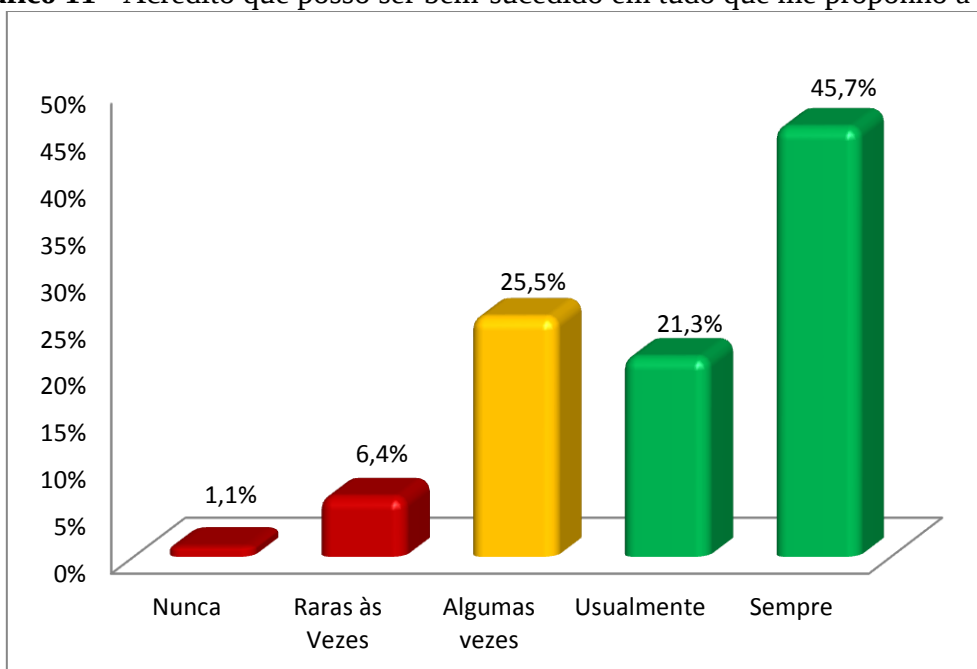
Fonte: Elaborado pelo autor

O Gráfico 10 mostra a relação que o empreendedor tem com a falha, de saber que mesmo falhando ele irá continuar tentando até conseguir atingir seu objetivo. De acordo com a pesquisa feita, 41,5% dos microempreendedores afirmaram não ter medo de falhar, e 2,7% se identificaram com a alternativa nunca.

Gráfico 10 - Não tenho medo de falhar.

Fonte: Elaborado pelo autor.

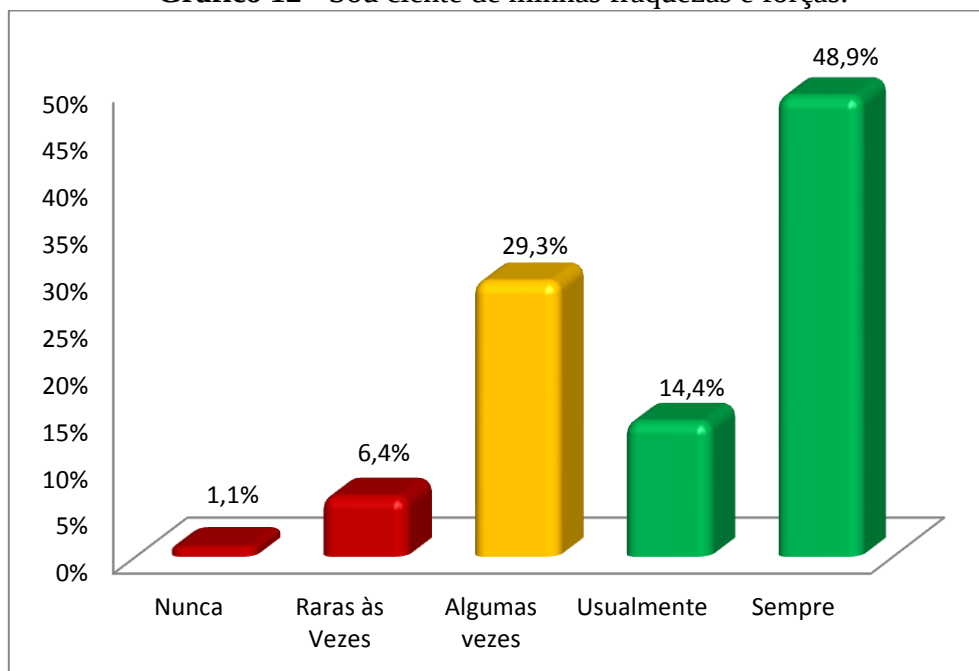
O Gráfico 11 traz a relação entre ser bem sucedido e ter autoconfiança, o que é essencial para que se possa atingir o sucesso. A motivação é um dos principais motivos para que se possa continuar na carreira de empreendedor. De acordo com os dados, a pesquisa mostrou que 45,7% dos entrevistados atribuíram sempre a sua resposta, e apenas 1,1% respondeu nunca.

Gráfico 11 - Acredito que posso ser bem-sucedido em tudo que me proponho a fazer.

Fonte: Elaborado pelo autor.

O Gráfico 12 mostra a característica do perfil do empreendedor entrevistado com relação de ser ciente de suas fraquezas e suas forças, de saber qual é o seu limite, até onde pode chegar. Com isso os microempreendedores se mostraram com 48,9 % ser cientes das fraquezas e forças e 1,1% respondeu a alternativa nunca.

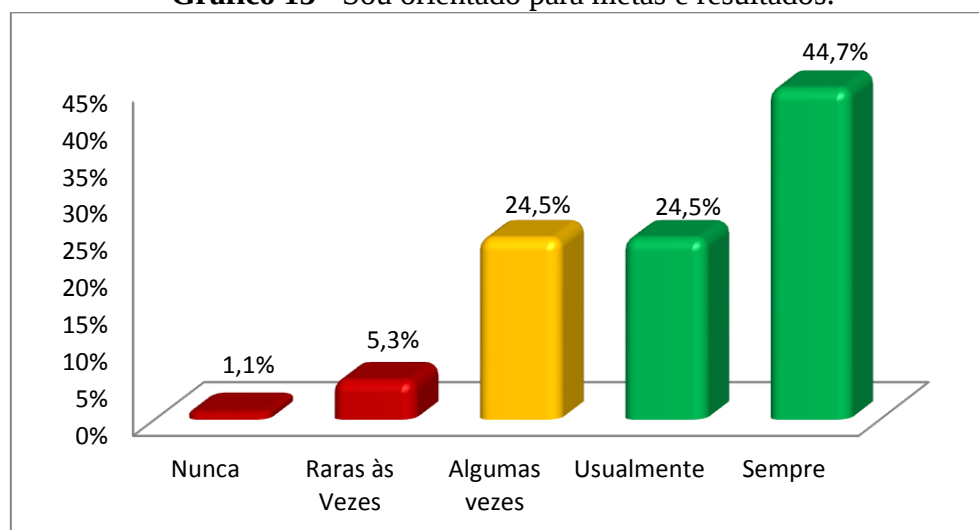
Gráfico 12 - Sou ciente de minhas fraquezas e forças.



Fonte: Elaborado pelo autor.

O Gráfico 13 está relacionado quanto às decisões que devem ser tomadas, para que possa atingir metas e resultados. Quanto aos entrevistados eles responderam em grande parte que sempre são orientados por resultados e metas, correspondendo a 44,7%.

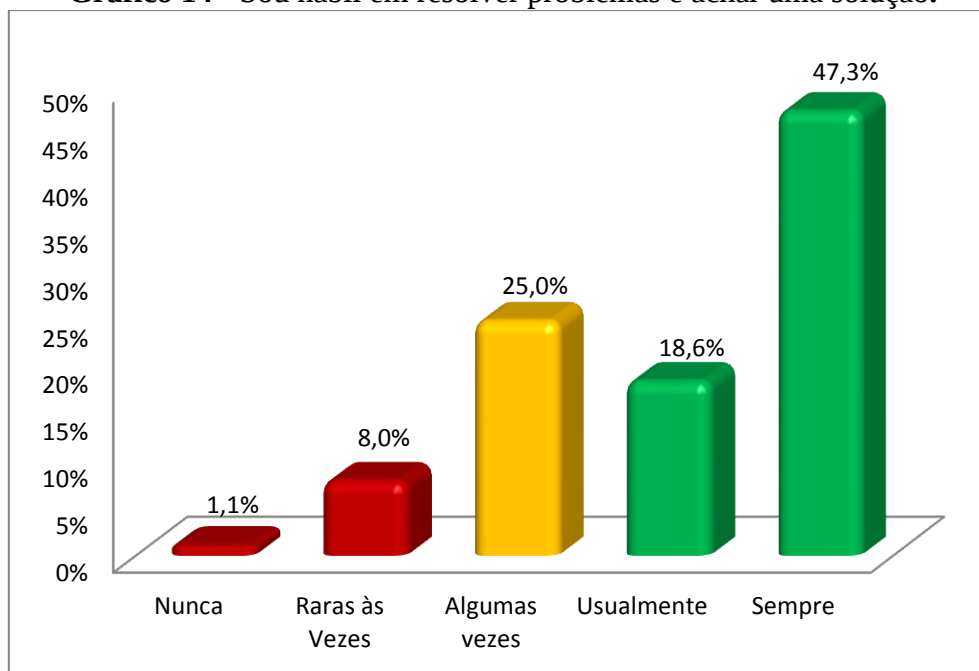
Gráfico 13 - Sou orientado para metas e resultados.



Fonte: Elaborado pelo autor.

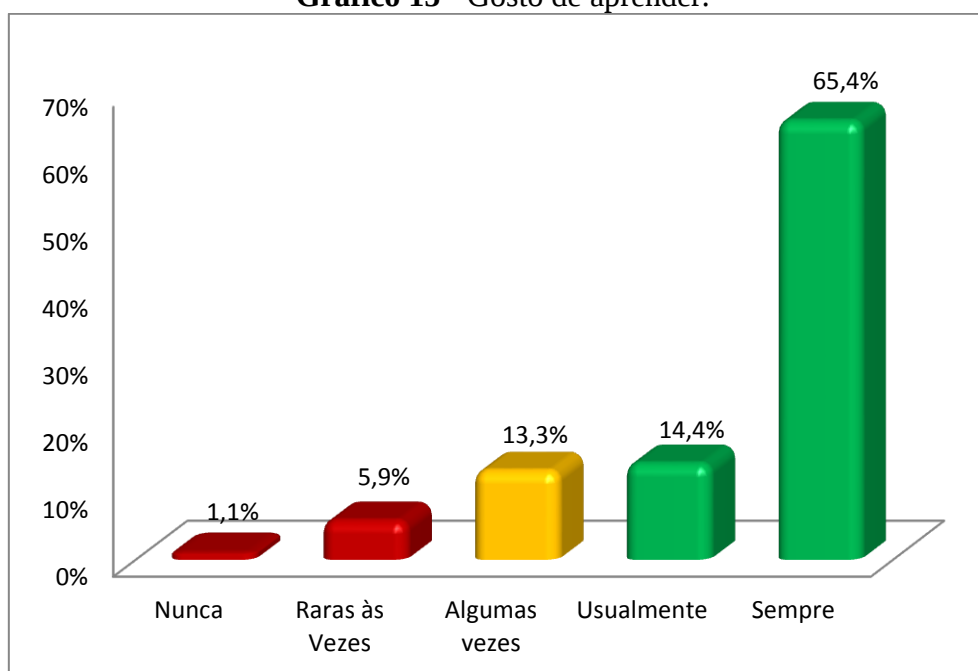
O Gráfico 14 apresenta a relação entre os entrevistados e ser hábil em resolver problemas e achar uma solução, a grande parte dos empreendedores responderam sempre com um percentual de 47,3% do total e 1,1% se mostrou não estar nem interessado respondendo nunca.

Gráfico 14 - Sou hábil em resolver problemas e achar uma solução.



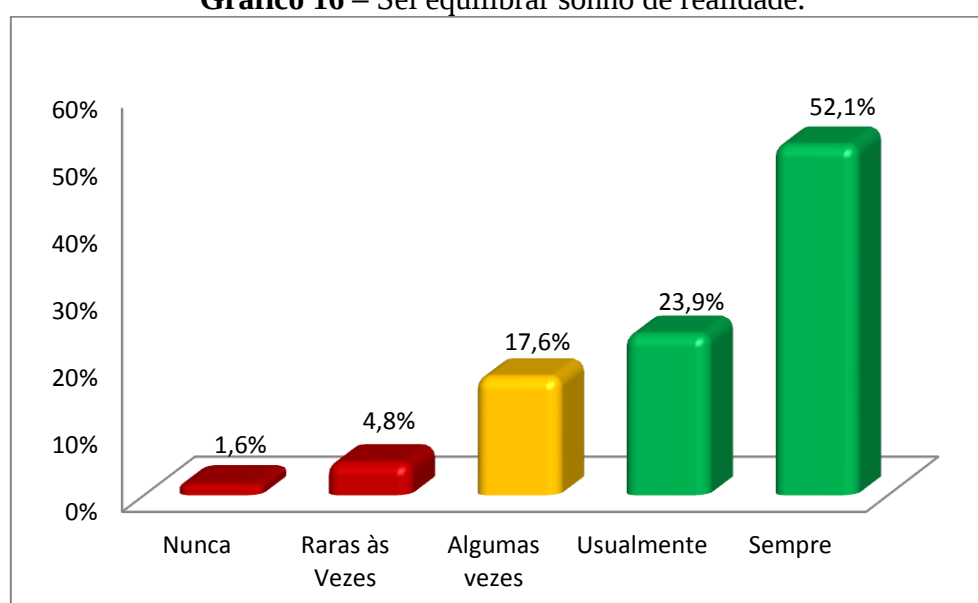
Fonte: Elaborado pelo autor.

Um empreendedor de sucesso é aquele que nunca para de aprender que sempre estar por dentro do que está acontecendo em sua volta, ele sempre procura estar atualizado. Com isso, a partir dos dados da pesquisa como mostrado no Gráfico 15, percebe-se que 65,4% dos microempreendedores responderam sempre, afirmando que gostam de aprender. No entanto, apenas 1,1% afirmaram que nunca gostam de aprender, o que torna-se preocupante, visto que é um elemento primordial no processo de desenvolvimento organizacional.

Gráfico 15 - Gosto de aprender.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Saber equilibrar o sonho da realidade é um fator de extrema importância para os investimentos de um empreendedor, pois ele terá que saber até que ponto ele pode manter seu negócio e até onde ele pode investir, pois muitas vezes arriscar em um sonho que não foi calculado, pode levar a empresa à falência. Com isso, os microempreendedores de Pau dos Ferros responderam que sempre procuram equilibrar o sonho da realidade, com um percentual de 52,1 %, o que mostra que grande parte sabe diferenciar o sonho da realidade, como mostra o Gráfico 16.

Gráfico 16 – Sei equilibrar sonho de realidade.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir dos dados da Tabela 2, pode-se fazer uma relação entre qual sexo, feminino ou masculino tem uma maior facilidade em criar valores para satisfazer seus clientes. Do total, 52,7% responderam sempre, sendo 35,1% correspondente ao sexo masculino e 17,6% pertencente ao sexo feminino. Com isso, pode-se concluir notoriamente que o sexo masculino buscou mais, criar valores para satisfazer os seus clientes. Contudo, é importante ressaltar que o número de empreendedores do sexo masculino se encontra em maior quantidade como mostrado na Tabela 2, pois mesmo com todas as influências e apoio ao empreendedorismo feminino, o empreendedor masculino ainda possui um maior número.

Tabela 2- Relação entre o sexo e ser obcecado por criar valores e satisfazer clientes.

Sou obcecado por criar valor e satisfazer clientes?	Sexo			Total
	Masculino	Feminino	Não Respondeu	
Nunca	1,6%	1,1%	-	2,7%
Raras às Vezes	0,5%	1,6%	-	2,1%
Algumas vezes	11,7%	8,0%	-	19,7%
Usualmente	14,4%	8,0%	0,5%	22,9%
Sempre	35,1%	17,6%	-	52,7%
Total	63,3%	36,2%	0,5%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

A faixa etária de um empreendedor pode estar relacionada muitas vezes a sua experiência, saber onde se deve arriscar e a hora de arriscar, ele possui algumas características como paciência, para que se possa obter resultado, já que se sabe onde pode cometer os seus possíveis erros. Suas atitudes muitas vezes podem mudar o destino de sua empresa, fazendo com que ela cresça ou podendo levar a falência. A taxa de mortalidade das empresas passa a ser bem maiores em empreendedores jovens, pois não possuem experiência suficiente para algumas situações.

De acordo com a pesquisa em Pau dos Ferros-RN, a maior parte dos empreendedores está situada na faixa de 41 a 50 anos, com 29,8%. Com relação aos empreendedores jovens se situando entre 21 e 30 anos foi constatado apenas 19,1%, ou seja, se mostrando inferior dentro do mercado em que está situada a pesquisa.

A Tabela 3 traz a relação entre a faixa etária e o poder de persuasão que os mesmos possuem, mostrando a sua capacidade de influenciar pessoas com suas convicções mudando o jeito de pensar, pois segundo os dados pode-se perceber que as faixas etárias que mais estavam relacionadas eram a de 41 a 50 e a de 51 a 60 em que

ambas responderam sempre com um percentual de 10,1%, se mostrando superiores às outras faixas etárias.

Tabela 3 - Relação entre faixa etária e influenciar pessoas a mudarem o jeito de pensar.

Consigo influenciar pessoas com firmes convicções e opiniões a mudarem seu jeito de pensar?	Faixa etária					Total
	21 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 60 anos	Não Respondeu	
Nunca	-	-	1,1%	-	-	1,1%
Raras às Vezes	0,5%	2,1%	1,1%	0,5%	-	4,3%
Algumas vezes	7,4%	11,2%	14,4%	10,1%	0,5%	43,6%
Usualmente	2,7%	5,3%	3,2%	3,7%	-	14,9%
Sempre	8,5%	7,4%	10,1%	10,1%	-	36,2%
Total	19,1%	26,1%	29,8%	24,5%	0,5%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

O nível de escolaridade de um empreendedor pode ter relação positiva quando se tratando dos riscos e que ele poderá assumir, pois com um nível de instrução maior, ele acabará tendo uma maior base de conhecimento, assim seus investimentos poderão estar dentro de uma margem de erro menor. Dentro da pesquisa realizada aos empreendedores, a maior parte se mostrou com o nível médio, possuindo um percentual de 75,5% como mostrado na Tabela 4. Com especialização, apenas 2,1% estava ativa, o que se mostra em pequena quantidade.

A Tabela 4 procura relacionar o grau de escolaridade com assumir riscos calculados, os dados mostraram que 46,8% dos entrevistados responderam que sempre calculam os riscos a que vão estar expostos. 37,8% corresponderam a empreendedores que possuíam nível médio, concluindo assim que empreendedores com nível médio são os que mais costumam assumir riscos calculados, o que seria uma grande vantagem para seu negócio já que sempre se deve saber as consequências que suas atitudes lhe taram.

Tabela 4- Relação entre o nível de instrução e a necessidade de assumir riscos..

Assumo riscos calculados?	Nível de instrução				Total
	Nível Médio	Especialização	Nível Superior	Outros	
Nunca	2,7%	-	-	-	2,7%
Raras às Vezes	4,8%	-	2,7%	-	7,4%
Algumas vezes	15,4%	0,5%	6,4%	-	22,3%
Usualmente	14,9%	1,1%	4,3%	0,5%	20,7%

Sempre	37,8%	0,5%	8,0%	0,5%	46,8%
Total	75,5%	2,1%	21,3%	1,1%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Uma empresa se mostra bem sucedida quando se consegue manter dentro do mercado por muito tempo, gerando assim empregos e contribuições para a economia, pois o índice de mortalidade de microempresa está cada vez mais sendo reduzido a partir de incentivos da parte do SEBRAE. O fato de saber planejar as ações que deverão ser tomadas poderá refletir em um maior êxito dentro da empresa.

De acordo com a pesquisa realizada, 47,9 % dos entrevistados confirmaram que sempre costumam pensar e planejar as ações antes de executá-las e 45,2% das empresas possuíam menos de 10 anos no mercado, implicando em um maior número de empresas jovens. Apenas 1,1% das empresas possuíam mais de 40 anos, como mostrado na Tabela 5, e a partir da análise dos resultados dela também foi possível concluir que as empresas com menos de 10 anos se mostraram na frente quanto ao fato de planejamento, com uma porcentagem de 20,7%. Planejar é de extrema importância para que se possa obter sucesso.

Tabela 5- Relação entre tempo de empresa e planejamento das ações.

Quanto tempo possui a empresa?	Eu costumo pensar e planejar minhas ações?					Total
	Nunca	Raras às Vezes	Algumas vezes	Usualmente	Sempre	
Menos de 10 anos	0,5%	4,3%	9,0%	10,6%	20,7%	45,2%
Mais de 10 e menos de 20 anos	2,1%	1,6%	5,9%	5,3%	17,6%	32,4%
Mais de 20 e menos de 30 anos	0,5%	1,6%	4,8%	2,1%	6,9%	16,0%
Mais de 30 e menos de 40 anos	-	-	1,6%	0,5%	2,1%	4,3%
Mais de 40 anos	-	-	0,5%	0,5%	-	1,1%
Não Respondeu	-	-	0,5%	-	0,5%	1,1%
Total	3,2%	7,4%	22,3%	19,1%	47,9%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ter autoconfiança é confiar no seu potencial, na sua capacidade de resolver e simplificar problemas, é saber trabalhar com consciência dentro dos seus critérios, obedecendo aos seus limites, sabendo onde se pode chegar. Todo empreendedor deve acreditar no trabalho que está realizando, o medo e a falta de confiança muitas vezes pode ser o responsável pela falha. Segundo a Tabela 6, 58% se mostraram com

autoconfiança onde responderam sempre. A mesma Tabela relaciona a faixa etária com o fato de ter autoconfiança, pois ao se ter uma idade mais avançada se possui uma maior será a probabilidade de se possuir autoconfiança, já que sabe os possíveis pontos fracos. Com isso, foi possível observar que em Pau dos Ferros-RN, a faixa etária entre 31 e 40 anos se mostrou ter uma maior autoconfiança com 17,6%, em que responderam sempre. Para os empreendedores a autoconfiança funciona como uma peça chave.

Tabela 6 - Relação entre faixa etária e autoconfiança.

Tem autoconfiança?	Faixa etária				Não Respondeu	Total
	21 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 60 anos		
Nunca	-	-	1,1%	0,5%	-	1,6%
Raras às Vezes	0,5%	0,5%	1,1%	2,1%	-	4,3%
Algumas vezes	2,1%	2,7%	3,7%	2,7%	-	11,2%
Usualmente	8,0%	5,3%	6,9%	4,8%	-	25,0%
Sempre	8,5%	17,6%	17,0%	14,4%	0,5%	58,0%
Total	19,1%	26,1%	29,8%	24,5%	0,5%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Disciplina e dedicação são os quesitos básicos para se obter sucesso em qualquer coisa que se execute. De acordo com a Tabela 7, os microempreendedores da pesquisa se mostraram na maioria com disciplina e dedicação com 50% respondendo sempre. Desse total também foi possível fazer uma relação entre empreendedores dos dois sexos tanto feminino, como masculino que resultou em 31,9% pertencente ao masculino e 17,6% ao feminino. Assim, pode-se concluir que o sexo masculino procurou-se se manter com mais disciplina e dedicação do que o sexo feminino alcançando mais que o dobro.

Tabela 7- Relação entre sexo e ter disciplina e dedicação.

Tenho disciplina e dedicação?	Sexo			Total
	Masculino	Feminino	Não Respondeu	
Nunca	-	0,5%	-	0,5%
Raras às Vezes	2,1%	2,1%	-	4,3%
Algumas vezes	12,2%	6,9%	-	19,1%
Usualmente	17,0%	9,0%	-	26,1%
Sempre	31,9%	17,6%	0,5%	50,0%
Total	63,3%	36,2%	0,5%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Procurar ter conhecimento sobre as necessidades do cliente é essencial para que possa se manter dentro do mundo dos negócios. Com a constante modernização das

estruturas oferecidas dentro do mercado, o empreendedor sempre vai ter que estar buscando se atualizar, vai estar sempre vendo de um ângulo diferente. A inovação é uma peça fundamental para o empreendedorismo, ela é quem faz com que a concorrência aumente, forçando uma criatividade por ambas as partes de desenvolvedores. Ela nem sempre chega como algo novo, mas sim com algo que já existe, porém de uma maneira diferente de se fazer, que resolva problemas de forma mais simplificada, em que desenvolvesse novos processos.

A Tabela 8 traz o quanto que se incentiva dentro de uma empresa em Pau dos Ferros-RN. O resultado disso foi que 62,2% se mostraram sempre estar buscando a motivação para dentro da empresa, o que mostra que os empreendedores estão cada vez mais incentivando o empreendedorismo dentro da própria empresa. Também foi possível observar que com relação a procurar ter conhecimento sobre as necessidades do cliente 63,3% responderam sempre. A Tabela 8 ainda confronta a relação entre o incentivo à inovação dentro da empresa e sobre ter conhecimento sobre a necessidade dos clientes, em que 38,8% estavam interessados tanto em incentivar a empresa como em obter conhecimento sobre as necessidades do cliente.

Tabela 8 - Relação entre incentivo e inovação dentro da empresa e procurar ter conhecimento sobre a necessidade do cliente.

Procurar ter conhecimento completo sobre as necessidades do meu cliente?	Incentivo a inovação dentro da minha empresa?				Total
	Raras às Vezes	Algumas vezes	Usualmente	Sempre	
Raras às Vezes	-	-	1,6%	2,1%	3,7%
Algumas vezes	-	3,2%	2,1%	10,1%	15,4%
Usualmente	1,1%	1,1%	4,3%	11,2%	17,6%
Sempre	5,3%	9,0%	10,1%	38,8%	63,3%
Total	6,4%	13,3%	18,1%	62,2%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Tabela 9 relaciona diretamente o fato de incentivar a inovação dentro da empresa com a possibilidade de assumir riscos, já que quando se escolhe inovar estará correndo o risco de não ser bem aceito no mercado, e é o que acontece frequentemente, não é preciso apenas inovar, mas também tornar as coisas mais fáceis. Contudo, foi possível concluir que 29,8 % responderam sim em ambas as características, concluindo assim que inovar caminha sempre com a capacidade de assumir riscos.

Tabela 9 - Relação entre assumir riscos calculados e incentivar a inovação dentro da empresa.

Assumo riscos calculados?	Incentivo a inovação dentro da minha empresa?				Total
	Raras às Vezes	Algumas vezes	Usualmente	Sempre	
Nunca	0,5%	-	0,5%	1,6%	2,7%
Raras às Vezes	0,5%	0,5%	1,6%	4,8%	7,4%
Algumas vezes	1,6%	3,7%	3,7%	13,3%	22,3%
Usualmente	2,1%	1,6%	4,3%	12,8%	20,7%
Sempre	1,6%	7,4%	8,0%	29,8%	46,8%
Total	6,4%	13,3%	18,1%	62,2%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Tabela 10 retrata da relação entre ser paciente e saber ouvir e não ter problemas em se relacionar com pessoas, pois ser paciente é saber esperar a hora em que se deve aproveitar as oportunidades e não ter pressa para não estragar os seus resultados futuros. Às vezes é necessário também saber ouvir, opiniões diferentes pode mudar seu ponto de vista para melhor ou para pior, existe diversos fatores que atuam para o crescimento dentro da empresa. Ter problemas em se relacionar com pessoas pode acabar levando a falha. Assim, a partir dos dados foi possível obter que 59% não tinha problema em se relacionar com as pessoas e 54,3 % responderam que sempre é paciente para saber ouvir e ser paciente. Com a análise da Tabela 10, também foi possível concluir que 33,5 % de ambos responderam a alternativa sempre.

Tabela 10 - Relação entre ser paciente e saber ouvir e não ter problemas em se relacionar com pessoas.

Não tenho problemas em se relacionar com pessoas?	Sou paciente e sabe ouvir?					Total
	Nunca	Raras às Vezes	Algumas vezes	Usualmente	Sempre	
Nunca	-	-	-	-	1,1%	1,1%
Raras às Vezes	-	-	0,5%	0,5%	1,6%	2,7%
Algumas vezes	-	1,6%	3,7%	2,1%	6,4%	13,8%
Usualmente	-	0,5%	5,9%	5,3%	11,7%	23,4%
Sempre	0,5%	5,9%	9,0%	10,1%	33,5%	59,0%
Total	0,5%	8,0%	19,1%	18,1%	54,3%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para se iniciar um empreendimento vários fatores podem influenciar desde a família, como acontece na maioria dos casos em que acabam herdando um negócio ou uma empresa já montada ou podem ser adquiridos dentro do seu ambiente

de trabalho. De acordo com a Tabela 11, em Pau dos Ferros os microempreendedores se mostraram a maioria como influência familiar com 53,7%, já a influência de atividade obteve-se 46,3%.

Tabela 11 - O que te influenciou a começar o empreendimento

Resposta	Frequência	%
Influência de atividade, no exercício do trabalho ou estudos	87	46,3%
Influência familiar	101	53,7%
Total	188	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

O empreendedorismo pode trazer diversos fatores positivos um deles é o aumento de oportunidades e empregos. De acordo com a Tabela 12, as microempresas de Pau dos Ferros, mostraram-se a maioria entre 3 e 4 funcionários 19,7% e 20,2% respectivamente, a quantidade de funcionários que possuíam a menor porcentagem era empreendimentos com 9 funcionários com apenas 3,7%.

Tabela 12 - Quantos funcionários possui a empresa?

Quantidade	Frequência	%
1	8	4,3%
2	23	12,2%
3	37	19,7%
4	38	20,2%
5	30	16,0%
6	25	13,3%
7	13	6,9%
8	6	3,2%
9	7	3,7%
54	1	0,5%
Total	188	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

O perfil de um empreendedor atua diretamente nas suas atitudes, pois é o reflexo do seu sucesso, visto que ele pode aderir várias características em que todas buscam sempre o crescimento da empresa. Com base nos dados obtidos a partir do Anexo A, aplicando a escala de *Likert*, no qual cada alternativa representava uma escala de um a cinco, foi possível concluir que o perfil dos empreendedores de Pau dos Ferros foi considerado como um perfil de empreendedor superior, pois todos passaram a pontuação de 120 pontos quando somado os valores correspondentes a cada alternativa dentro da escala de *Likert*.

Os microempreendedores de Pau dos Ferros-RN se mostraram atuando na atividade econômica de venda de roupas, calçados e joias como a maioria em um percentual de 21,8%, com relação ao sexo o masculino se mostrou com uma superioridade atuando com 63,3%, a faixa etária em que se situam estar entre 41 e 50 anos com 29,8%, com relação aos motivos que levaram a começar o empreendimento 53,7 % afirmaram que foi por influência familiar, quanto ao nível de escolaridade a grande maioria possuía o ensino médio com 75,5%, a maioria das empresas também possuíam menos de 10 anos de existência com 45,2%.

De acordo com os anexos A, foi possível fazer análise do perfil do empreendedor, a partir de diversas características como busca de informações, busca de oportunidades, persistência, motivação, decisão e responsabilidade, aceitação de risco, autoconfiança, liderança, inovação e controle, características essas que devem estar presentes em todos os empreendedores, pois elas se mostram facilitar no desenvolvimento dos negócios, os anexos mostraram que a maioria dos empreendedores se mostravam com todas as características pois pelo menos 80% respondia “sempre” nas perguntas questionadas, assim foi possível concluir a análise do perfil dos microempreendedores de Pau dos Ferros-RN.

Por fim, o presente trabalho oferece a oportunidade de promover estudos futuros, pois trata-se de uma temática fundamental, para compreender o processo de desenvolvimento econômico da região e a real influência do empreendedorismo, como elemento primordial, para a evolução econômica e social.

REFERÊNCIAS

ABF. **Mercado de franquias cresce 8,3% em 2016**. Disponível em: <<http://www.abf.com.br/mercado-de-franquias-cresce-83-em-2016/>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

ACS, Z. J., & KALLAS, K. (State of literature on small- to medium-sized enterprises and entrepreneurship in low income communities. In G. Yago, J. R. Barth & B. Zeidman (Eds.). **Entrepreneurship in emerging domestic markets**. New York: Springer (pp.21-46) Springer. 2007.

ANPROTEC. **Incubadoras e parques**. Disponível em: <<http://anprotec.org.br/site/menu/incubadoras-e-parques/>>. Acesso em: 21 mar. 2017.

ANPROTEC. **ESTUDO DE IMPACTO ECONÔMICO SEGMENTO DE INCUBADORAS DE EMPRESAS DO BRASIL**. Disponível em: <<http://anprotec.org.br/site/menu/incubadoras-e-parques/>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**, São José - Ijuí, v. 1, n. 1, p.25-38, 2014.

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

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégia e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2010.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

BESSANT, J. R.; TIDD, Joseph. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BOLFARINE, H. & BUSSAB, W.O. **Elementos de Amostragem**. São Paulo: Blucher, 2005.

CÂMARA, E. C.; ANDALÉCIO, A. M. L. Características Empreendedoras: um estudo de caso com farmacêuticos utilizando o modelo de McClelland. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE**, Belo Horizonte, v. 1, n. 3, p. 64 - 77, 2012.: . Acesso em: 22 mar. 2017.

CAMARGO, S. H. C. R. V.; FARAH, O. E. **Gestão empreendedora e intraempreendedora: estudos de casos brasileiros**. Ribeirão Preto: Villimpress, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**. Barueri ,sp: Manole Ltda, 2009.

CRUZ, S. S. Empreendedorismo: indentificando oportunidades. **Revista eletrônica de ciência**, v. 1, n. 2, hul/dez. 2008.

CUNHA L.M.A. **Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes**. Lisboa. Dissertação [Mestrado em Estatística] – Faculdade de Ciências da Universidade de Liboa; 2007.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw – Hill, 1989.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**.- Sextante, 2008.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999.

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

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1998.

DRUCKER, P. F. . **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 2003.

EMPRESÔMETRO. <http://empresometro.cnc.org.br/Estatisticas>. Acesso em 10 de Maio de 2017.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, 34(2), 5-28, 1999.

FILION, L. J. Free Trade: The Need for a Definition of Small Business. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 7, n. 2, 31-46, 1990.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira et al. **Empreendedorismo no Brasil**: 2010. Curitiba: IBQP, 2010. 286p.

GUIA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. Como montar seu próprio negócio. **Guia PEGN**. São Paulo: Editora Globo, 2002.

IBGE, **As Micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil**: 2001. Rio de Janeiro, 2003.

JORA, Mariana Soares. **Empreendedorismo Brasileiro: Teoria e prática**, 2006. Monografia –Graduação em Administração, Centro Universitário Claretiano, Batatais.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LIMA FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. *Revista de Ciências da Administração*, v. 11, n. 24, p. 246-277. Maio/ago 2009.

LIMA, E. de Oliveira. **As Definições de micro, pequena e média empresas brasileiras como base para a formulação de políticas públicas**. ANAIS DO II EGEPE, p. 421-436, Londrina/PR, Novembro, 2001.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**: ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Pearson, 2004.

LUCIANO, A. et al. **Empreendedor, eu posso torna-me um?** Revista científica da Faculdade Fleming, Campinas, n.6, p.12-16, 2009.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MINAYO, Maria. C. S. **Ciência, técnica e arte**: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria. C. S (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p.09-29.

MURARO, R; VERRUCK, F. **Criação de Instrumento para avaliação de perfil empreendedor em meio acadêmico**. XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP, 2012.

PRANDO, R. Empreendedor e empreendedorismo: história e sociedade- trajetórias sociais de empreendedores de sucesso. **Revista de Negócios**, Blumenau, v.15, n.14, out./dez. 2010.

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

SILVA, S. et al. Características comportamentais empreendedoras: um estudo comparativo entre empreendedores e intra-empreendedores. **Revista Cadernos de Administração** 1, n.2 , jul/dez. 2008.

SEBRAE. **Empreendedorismo**: Manual do Aluno. São Paulo, 2007.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **TEORIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO**. São Paulo: Nova Cultural Ltda, 1997.

SOUSA, Michelle dos Santos. **Gestão Estratégica das Empresas Familiares**: um estudo de caso da agência de viagens Rosanetur. Monografia. Universidade Federal Fluminense, 2012.

TEIXEIRA, R. et al. **Empreendedorismo jovem e a influência da família**: história de vida de uma empreendedora de sucesso. *RERE*, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 3-18, jan/mar. 2011.

VEDOIN, Aline Medianeira Ramiro; GARCIA, Olga Maria Correa. **Tendência empreendedora:** perfil dos alunos do Curso de Arquivologia da Universidade Federal de Santa Maria. In: Seminários em Administração, 8. Anais... São Paulo: SEMEAD, 2010.



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
Boletim de informações para Microempreendedores

**ANEXO A– QUESTIONÁRIOS APLICADOS NAS MICROEMPRESAS -
 MODELO DESENVOLVIDO ATRAVÉS DOS AUTORES DORNELAS
 (2008) E BERNARDI (2012)**

P1 - Atividade econômica: _____

- ☐ **P2 - Nível de escolaridade completa:**
 (1) Nível Fundamental (2) Nível Médio (3) Nível Superior
 (4) Especialização
 (5) Mestrado (6) Doutorado (7) Outros:

- ☐ **P3 - Sexo:**
 (1) Masculino (2) Feminino

- ☐ **P4 – Faixa etária**
 (1) 18 a 20 anos (2) 21 a 30 anos (3) 31 a 40 anos (4) 41 a
 50 anos (5) 51 a 60 anos (6) + de 60 anos

- ☐ **P5 - O que te influenciou a começar o empreendimento:**
 (1) Influência familiar
 (2) Influência de atividade, no exercício do trabalho ou estudos
 (3) Influência criada por feiras, cursos ou congressos

P6 - Quanto tempo (em anos) possui a empresa? _____

P7 - Quantos funcionários possui a empresa?

As perguntas a seguir devem ser respondidas de acordo com a enumeração: (1) Nunca (2) Raras às Vezes (3) Algumas vezes (4) Usualmente (5) Sempre
--

RESPOSTA	BUSCA DE INFORMAÇÕES					
Escreva aqui o nº que condiz com sua resposta						
	P8 – Procuro ter conhecimento completo sobre as necessidades do meu cliente	1	2	3	4	5
	P9 - Sou obcecado por criar valor e satisfazer clientes	1	2	3	4	5
	P10 - Gosto de desafios e novas oportunidades	1	2	3	4	5
	P11 - Faço as coisas que os outros consideram arriscados	1	2	3	4	5
	P12 - Observo o lugar ao meu redor e busco oportunidades	1	2	3	4	5

RESPOSTA	BUSCA DE OPORTUNIDADES				
P13 - Enxergo oportunidades onde muitos não acreditam ter	1	2	3	4	5
P14 - Consigo influenciar pessoas com firmes convicções e opiniões a mudarem seu jeito de pensar	1	2	3	4	5
P15 - Desenvolvo estratégias para influenciar os outros	1	2	3	4	5
P16 - Faço com que os outros me apoiem em minhas recomendações	1	2	3	4	5
P17 - Mantenho minha maneira de pensar mesmo quando outros discordam	1	2	3	4	5
RESPOSTA	PERSISTÊNCIA				
P18 - Quando tenho ideia vou logo procurando informações antes de tomar decisões	1	2	3	4	5
P19 - Não tenho medo de falhar	1	2	3	4	5
P20 - Tem ousadia e ânimo apesar da falha	1	2	3	4	5
P21 - Acredito que posso ser bem-sucedido em tudo que me proponho a fazer	1	2	3	4	5
P22 - Tem autoconfiança	1	2	3	4	5
RESPOSTA	MOTIVAÇÃO				
P23 - Sou ciente de minhas fraquezas e forças	1	2	3	4	5
P24 - Confio em minhas habilidades	1	2	3	4	5
P25 - Tenho otimismo para os meus resultados	1	2	3	4	5
P26 - Quando realizo um trabalho me esforço para o resultado ser o melhor possível	1	2	3	4	5
P27 - Sou dirigido pela necessidade de crescer e atingir os melhores resultados	1	2	3	4	5
RESPOSTA	DECISÃO E RESPONSABILIDADE				
P28 - Sou orientado para metas e resultados	1	2	3	4	5
P29 - Sou disposto ao sacrifício para atingir metas	1	2	3	4	5
P30 - Tenho disciplina e dedicação	1	2	3	4	5
P31 - Quando encontro uma dificuldade permaneço até o fim	1	2	3	4	5
P32 - Tenho capacidade de criar e proporcionar um novo negócio	1	2	3	4	5

RESPOSTA	ACEITAÇÃO DO RISCO					
	P33 - Costumo procurar por novas maneiras de fazer as coisas	1	2	3	4	5
	P34 - Aventuro-me para fazer coisas novas que não fiz no passado	1	2	3	4	5
	P35 - Assumo riscos calculados	1	2	3	4	5
	P36 - Evita riscos desnecessário	1	2	3	4	5
	P37 - Compartilho os riscos com os outros	1	2	3	4	5
RESPOSTA	AUTOCONFIANÇA					
	P38 - Divido os riscos menores	1	2	3	4	5
	P39 - Sou hábil em resolver problemas e achar uma solução	1	2	3	4	5
	P40 - Eu costumo pensar e planejar minhas ações	1	2	3	4	5
	P41 - Tenho iniciativa	1	2	3	4	5
	P42 - Tenho poder de autocontrole	1	2	3	4	5
RESPOSTA	LIDERANÇA					
	P43 - Sou paciente em saber ouvir	1	2	3	4	5
	P44 - Transmito confiabilidade	1	2	3	4	5
	P45 - Transmito integridade	1	2	3	4	5
	P46 - Sei construir times e trabalhar em equipe	1	2	3	4	5
RESPOSTA	INOVAÇÃO					
	P47 - Sei equilibrar sonho de realidade	1	2	3	4	5
	P48 - Não tenho problemas em se relacionar com pessoas	1	2	3	4	5
	P49 - Sou resistente a frustrações	1	2	3	4	5
	P50 - As atitudes inovadoras são reconhecidas e valorizadas pela empresa	1	2	3	4	5
	P51 - Incentivo a inovação dentro da minha empresa	1	2	3	4	5
RESPOSTA	CONTROLE					
	P52 - Costumo sempre estar por dentro do que acontece no mercado em que atuo	1	2	3	4	5
	P53 - Sou sedento pelo saber	1	2	3	4	5
	P54 - Gosto de aprender	1	2	3	4	5
	P55 - Relaciono-me com diferentes pessoas e não me receio em pedir ajudar se precisar delas.	1	2	3	4	5

APÊNDICE B - CÁLCULO DO TAMANHO DA AMOSTRA

De acordo com o Empresômetro, a estimativa de microempresas em Pau dos Ferros no ano de 2017 é de 356 empresas. Dessa forma, o tamanho de amostra será calculado com base em Bolfarine e Bussab (2005). Portanto, adotando uma margem de erro de $\pm 5\%$, com 95% de confiança e supondo variabilidade máxima, teremos:

$$n = \frac{N}{4(N-1)\left(\frac{E}{Z_{\alpha/2}}\right)^2 + 1} = \frac{356}{4(356-1)\left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + 1} \approx 188 \text{ empresas}$$

Em que:

N Tamanho da população

Z_{α/2} é o valor crítico da distribuição de probabilidade normal (o Teorema do Limite Central é a base da Teoria de Amostragem, sendo na prática a determinação do intervalo de confiança. Para 90% de confiança (Z=1,645); para 95% (Z=1,96), para 99% (Z=2,575).

E Margem de erro (para mais e para menos – em percentual)

