



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

CARLOS HENRIQUE DE SOUZA

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL- REGIÃO 240800305000108
IBGE DE MOSSORÓ - RN**

Angicos - RN

2019

CARLOS HENRIQUE DE SOUZA

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL- REGIÃO 240800305000108
IBGE DE MOSSORÓ - RN**

Trabalho apresentado à
Universidade Federal Rural do Semiárido
como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Ciência e
Tecnologia.

Orientador: Prof. Dr. Maristélio da Cruz
Costa – UFRSA

Angicos - RN

2019

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

S729c SOUZA, CARLOS HENRIQUE.
CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL
DOS EMPREENDEDORES DO CENTRO COMERCIAL- REGIÃO
240800305000108 IBGE DE MOSSORÓ - RN / CARLOS
HENRIQUE SOUZA. - 2019.
57 f. : il.

Orientador: CARLOS HENRIQUE DE SOUZA COSTA.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e
Tecnologia, 2019.

1. Mossoró-RN. 2. Empreendedores. 3.
Empreendedorismo. I. COSTA, CARLOS HENRIQUE DE
SOUZA, orient. II. Título.

CARLOS HENRIQUE DE SOUZA

**CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS
EMPREENDEDORES NO CENTRO COMERCIAL- REGIÃO
240800305000108 IBGE DE MOSSORÓ - RN**

APROVADA EM: 15 / 03 / 2019

BANCA EXAMINADORA

Maristêlio da Cruz Costa

Prof. Dr. Maristêlio da Cruz Costa – UFERSA

Presidente

Geomar Galdino da Silva

Prof. Dr. Geomar Galdino da Silva

Primeiro Membro

Rafael da Costa Ferreira

Prof. Dr. Rafael da Costa Ferreira

Segundo Membro

*“A vida é como andar de bicicleta.
Para ter equilíbrio você tem que se
manter em movimento”.*

(Albert Einstein)

RESUMO

A ideia do empreendedorismo vem se tornando cada vez mais comum dentro da nossa realidade, seja esse do micro ou grade empreendimento, novos negócios surgem a todo momento e oferecem os mais variados tipos de serviços ou atendimentos, muitas ocasiões esses negócios surgem impulsionados apenas para complemento de renda familiar onde muitas famílias enfrentam as consequências da falta de empregos no mercado levando em consideração a crise enfrentada no país, mais existem outros motivos como a busca de trabalhar com aquilo que gosta, ser dono do seu próprio negócio, ter uma possibilidade ter maiores vitórias em sua vida profissional. Onde muitas vezes essas pequenas ideias que inicialmente pareciam pequenas podem se tornar grandes negócios, podemos então refletir com a seguinte frase “ No meio da dificuldade encontra-se a oportunidade” (Albert Einstein). Assim como em muitas regiões do país, Mossoró-RN é um grande e estratégico ponto de comércio sendo o maior município do estado em área, estando distante 281 quilômetros da capital estadual, Natal e 245 km da capital do estado do Ceará Fortaleza, assim esse trabalho que é apenas mais uma parte de um projeto de grandes proporções que tem como objetivo traçar um perfil dos empreendedores de todas as cidades do estado, esse trabalho especificamente teve foco na cidade de Mossoró, mais especificamente no centro, buscando assim conhecer o perfil do empreendedor que pode ser de grande valia para outros possíveis empreendedores, onde se poderá ser feita uma análise dos resultados da pesquisa e refletir qual o melhor tipo de negócio para se aventurar no município, assim será possível aumentar as chances de sucesso. A pesquisa constou de uma pesquisa de campo, onde foi aplicado um questionário com cerca de 20 questões para serem respondidas pelos empreendedores, a partir das informações, pode-se traçar o perfil dos empreendedores.

.

Palavras-chave: Mossoró-RN, Empreendedores, Empreendedorismo.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Taxa de Empreendedorismo segundo o estágio de maturação, por gênero (em %) - 2016.....	27
Tabela 2 - taxa de sobrevivência de empresas de 2 anos, para empresas construídas em 2007, por setores e regiões	28
Tabela 3 - Distribuição Dos Empreendedores Por Gênero Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	36
Tabela 4 - Distribuição de acordo com a faixa etária do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	37
Tabela 5 - Distribuição de acordo com o grau de escolaridade dos empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	39
Tabela 6 - intenção de desenvolver futuramente algum outro negócio empresarial ou promover melhorias no que está em atividade.....	40
Tabela 7 - Como surgiu a ideia de montar a empresa no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	40
Tabela 8 - Identificando se empreendedor possui outros negócios além do estabelecimento onde foi aplicado o questionário.....	42
Tabela 9 - Identificando se o estabelecimento em questão, e a única atividade de sustento familiar.	43
Tabela 10 - Distribuição segundo o caráter dos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	44
Tabela 11 - Matriz dos estabelecimentos das empresas do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	45
Tabela 12 - Distribuição por ramo de atividades dos empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	46
Tabela 13 - Distribuição de acordo com empreendimentos registrados do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	47
Tabela 14 - Número de empresas que possuem empréstimo público no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	48
Tabela 15 - Distribuição dos empreendimentos quanto a sua divulgação comercial no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	49
Tabela 16 - Uso de tecnologia nos empreendimentos no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	50

Tabela 17 - Finalidade de uso de tecnologia nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	51
Tabela 18 - Quais aplicativos são usados nas tecnologias existentes nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	52
Tabela 19 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	53
Tabela 20 - Tabela Dos Empreendimentos Do Centro Comercial- Região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	54

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Proporção de Empreendedores Iniciais por oportunidade e gênero (em %)	26
Gráfico 2- Sobrevivência das Empresas no Brasil. Sebrae, 2016.	28
Gráfico 3- Distribuição Dos Empreendedores Por Gênero Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	36
Gráfico 4- Distribuição de acordo com a faixa etária do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	37
Gráfico 5 - Distribuição de acordo com o grau de escolaridade dos Empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	38
Gráfico 6 - intenção de desenvolver futuramente algum outro negócio empresarial ou promover melhorias no que está em atividade	39
Gráfico 7 - Como surgiu a ideia de montar a empresa no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	41
Gráfico 8 - identificando se empreendedor possui outros negócios além do estabelecimento onde foi aplicado o questionário	42
Gráfico 9 - Identificando se o estabelecimento em questão, e a única atividade de sustento familiar	43
Gráfico 10 – Distribuição segundo o caráter dos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	44
Gráfico 11 - Matriz dos estabelecimentos das empresas do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	45
Gráfico 12 - Distribuição por ramo de atividades dos empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	46
Gráfico 13 - Distribuição de acordo com empreendimentos registrados do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	47
Gráfico 14 - Número de empresas que possuem empréstimo público no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	48
Gráfico 15 – Distribuição dos empreendimentos quanto a sua divulgação comercial no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	49
Gráfico 16 - Uso de tecnologia nos empreendimentos no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	50

Gráfico 17 - Finalidade de uso de tecnologia nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	51
Gráfico 18 – Quais aplicativos são usados nas tecnologias existentes nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró	52
Gráfico 19 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró.....	53

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA - Agência nacional de Vigilância sanitário

BNDES - Banco nacional de desenvolvimento

CERNE - Centro de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

CITECS - Centro de Incubação Tecnológica do Semiárido

COFINS - Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre Lucro Líquido

DASN – Declaração Anual do Simples Nacional

GEM - Monitoramento de empreendedorismo global

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços

IAGRAM - Incubadora Tecnológica e do Agronegócio de Mossoró

IFRN - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

IPI - Imposto sobre Produto Industrializado

ISS – Imposto sobre serviços de qualquer natureza

ITNC - Incubadora Tecnológica Natal Central

MEI – Microempreendedor Individual

PIB - produto interno bruto

PIS - Programa de Integração Social

PMEs - pequenas e médias empresas

SEBRAE - Serviços Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas

SIMEI – Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais do Tributos do Simples Nacional

SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de Software

UFERSA - Universidade Federal Rural do Semiárido

UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

SUMARIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. REVISÃO DE LITERATURA	16
2.1 TIPOS DE EMPREENDEDOR.....	18
2.1.1 EMPREENDEDOR SOCIAL.....	18
2.1.2 EMPREENDEDOR CORPORATIVO	19
2.1.3. EMPREENDEDOR STARTUP	20
2.1.4 EMPREENDEDOR HERDEIRO (SUCESSÃO FAMILIAR)	20
2.2 TIPOS DE EMPREENDEDORISMO.....	21
2.2.1 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	21
2.2.2 PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS	22
2.2.3 GRANDES EMPRESAS.....	24
2.2.4 EMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....	24
2.3 GÊNERO DOS EMPREENDEDORES.....	25
2.4 SOBREVIVÊNCIA DE EMPRESAS	27
2.5 INCUBADORAS	28
2.5.1 HISTÓRICO INCUBADORAS	29
2.5.2 INCUBADORAS NO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE - RN.....	30
3. METODOLOGIA	32
3.1 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	32
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO.....	33
3.2 COLETA DE DADOS	34
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	34
3.4 ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA DOS DADOS	34
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	35

4.1 EMPREENDIMENTOS DO CENTRO DE MOSSORÓ - RN	35
4.2 PERFIS DOS EMPREENDEDORES DO CENTRO DE MOSSORÓ-RN	35
4.3 PESQUISA DE CAMPO	35
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
6 REFERÊNCIAS.....	57
ANEXOS A	59

1. INTRODUÇÃO

Observe que, nas últimas décadas foram inúmeras as modificações e acontecimentos no campo global. Grandes empresas surgiram, muito dinheiro foi investido, novas modalidades econômicas e comerciais foram surgindo para suprir a necessidade de auto renovação que o mercado mundial precisa, seja na forma de criação ou aprimoramento dos produtos ou serviços existentes.

Pode-se pensar em como surgem essas novas modalidades de serviços ou produto, quem dá o primeiro passo? A ideia empreendedora e a grande chave da questão, a pessoa que tem a coragem de ariscar uma nova ideia para um novo negócio, algo que ainda não foi visto ou testado, essas são as pessoas que renovam e modificam o mercado atual, seja de uma pequena cidade ou de grandes regiões. O economista austríaco Joseph A. Schumpeter no livro “capitalismo, socialismo e democracia”, publicado em 1942, associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico.

O sistema capitalista tem como característica inerente, uma força que ele denomina de processo de destruição criativa, fundamentando-se no princípio que reside no desenvolvimento de novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados; em síntese, trata-se de destruir o velho para se criar o novo.

Numa descrição mais simples pode-se pensar no empreendedor como aquele que cria ou inicia algo novo, vê as oportunidades onde ninguém mais viu, seria aquele que tem a ideia e a coloca em prática, e se arisca na intenção de obter sucesso em áreas que muitas vezes ainda inexploradas.

Atualmente no Brasil muitos empreendedores têm essa iniciativa de começar seu próprio negócio, ser seu próprio patrão, onde Muitas têm ideias ótimas de serviços ou produtos, assim inúmeros novos negócios são criados a todo momento, negócios esses que podem variar de microempresas a grandes negócios, que independente do seu tamanho contribuem para a economia do país se movimentar, mais em contrapartida o número de empresas que são criadas, muitas dessas não conseguem se manter no mercado, mesmo aquelas que já são veteranas no ramo empresarial, os motivos podem ser diversos, falta de incentivo por parte do governo,

não analisar o mercado antes de abrir um negócio, não investir em inovação e criatividade, o que nos mostra importância de uma caracterização do perfil do empreendedor e dos empreendimentos que conseguem se manter no mercado atual, ou mesmo do que está tendo dificuldades de se manter no mercado, buscando identificar as possíveis causas do seu sucesso ou da sua dificuldade em relação a manter-se com seu negócio em plena atividade comercial.

Então assim como em todo o país, que tem um grande fluxo de novos negócios surgindo a todo momento, os empreendedores do RN não ficam para trás em termos de iniciativa empreendedora, assim uma cidade como Mossoró que pode oferecer tantas oportunidades em várias áreas de atuação, se faz necessário obter novas informações sobre o andamento do mercado atual. Assim traçando um perfil do empreendedor e do empreendimento, poderemos ter mais uma fonte de informação para que se possa facilitando a escolha de qual o melhor negócio para se aventurar, ou mesmo onde os já estabelecidos empreendedores locais, podem melhorar seu negócio, evitando um dos principais motivos de falência de novos empreendimentos que seria a falta de análise do mercado onde se pretende atuar.

Assim temos como objetivo principal, analisar o perfil dos empreendedores e caracterizar os empreendimentos no município de Mossoró-RN. e de uma forma mais aprofundada temos objetivos como, Identificar as áreas de atuação comercial e de serviços para o município de Mossoró- RN, analisar as demandas e prováveis oportunidades de negócios para o município, avaliar o grau de inovação do comércio e serviços através do uso de tecnologias, averiguar o nível de comprometimento financeiro através de empréstimos a bancos dos estabelecimentos comerciais e de serviços do município, avaliar o grau de inovação do comércio e serviços através do uso de tecnologias.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Para iniciar este estudo é importante compreender o que significa empreendedorismo, pois assim há a possibilidade do entendimento de sua essência. Mas, o que é empreendedorismo? Esta é uma questão difícil, que até o momento parece não ter sido evidenciada por completo. Uma das causas está relacionada com a origem complexa do termo, que é responsável pela confusão aparente em relação ao assunto. As definições de empreendedorismo e empreendedor têm evoluído ao longo do tempo, de diferentes formas e de modos discordantes (GALLOWAY e WILSON, 2003, p. 04 apud BOAVA; MACEDO, 2006, p. 01).

O que se entende pela palavra “empreendedor” obteve várias interpretações ao passar do tempo, até se firmar no sentido que hoje conhecemos. O termo foi analisado de diversas maneiras para chegar a sua melhor interpretação, no Brasil a palavra empreendedorismo veio a se firmar na década de 90 com a abertura que as pessoas tiveram para a economia juntamente com o surgimento de fornecedores estrangeiros se tornou possível controlar os preços, condição essencial para o país voltasse a crescer, mais com esse crescimento também vieram alguns problemas, pois alguns setores não conseguiram competir com os produtos importados por falta de planejamento.

O que propiciou o surgimento de entidades como o SEBRAE (Serviços Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) antes da criação dessas entidades, o termo empreendedorismo ou criação de micro e pequenas empresas, era algo que não se ouvia falar no Brasil (DORNELAS, 2014, p. 11)

Os termos históricos vocábulo é derivado da palavra *imprehendere*, do latim, tendo o seu correspondente, “empreender”, surgido na língua portuguesa no século XV. A expressão “empreendedor”, segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, teria surgido na língua portuguesa no século XVI. Todavia, a expressão “empreendedorismo” foi originada da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa que, por sua vez, é composta da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*. O sufixo *ship* indica posição, grau, relação, estado ou qualidade, tal

como, em friendship (amizade ou qualidade de ter amigo). O sufixo pode ainda significar uma habilidade ou perícia ou, ainda, uma combinação de todos esses significados como em leadership (liderança=perícia ou habilidade de liderar) (Barreto, 1998, p.189-190 apud BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. 2015, p.25).

Um bom exemplo de surgimento de empreendedor citado em vários artigos e livros é o exemplo de Marco Pólo, quando o mesmo tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente a fim de vender as mercadorias de um homem (capitalista). Com isso, Marco Pólo ficou conhecido como “o aventureiro empreendedor”. Correndo riscos físicos e emocionais a fim de vender as mercadorias (DORNELAS, 2008, p.14)

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

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística o IBGE, pesquisas elaboradas de forma comparativa entre os anos de 1990 até 2012, foi possível notar um enorme aumento no surgimento de microempresas e do termo empreendedorismo, termo esse que poucos tinham ouvido falar, mesmo na falta de boas fontes de informações seguras e precisas, a criação de entidades juntamente com o governo, foi possível dar ênfase no empreendedorismo brasileiro.

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo o suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. Já o histórico da entidade SOFTEX pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A entidade foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia. (DORNELAS, José Carlos Assis, 2001, pp.10-11)

Com todos podemos notar que empreendedorismo é de fundamental importância para o desenvolvimento de qualquer sociedade ou região, pois é por meio dela que podemos proporcionar desenvolvimento econômico e social que é fundamental para a formação de uma base de sustentabilidade. Assim com a produção de novos negócios, e a geração de riqueza, é possível fazer uma distribuição desse bem gerado, por vários componentes da sociedade. De modo que, na formação de uma empresa o empreendedor visando o retorno do dinheiro investido em forma

de lucro, paga o preço do material consumido para produção do seu serviço ou produto, paga pelos serviços das pessoas contratadas através de sua própria iniciativa, fazendo o mercado se movimentar. O mesmo também, assume todos os riscos assim como Marco Polo citado em trechos anteriores, riscos esses que podem ser de perda devido à falta de planejamento ou causas imprevistas e intocáveis.

Assim, mesmo com tantas interpretações ao longo da história, existem alguns pontos que vários autores concordam em relação a definição do que se diz respeito a ser um empreendedor que seriam. Ter a iniciativa de começar algo, ter uma visão que outras pessoas não tiveram, afim de transformar situações ou recursos para proveito prático, aceitar os riscos de fracasso a iniciar algo novo.

2.1 Tipos De Empreendedor

Os métodos corretos para ser um empreendimento de sucesso podem ser encontrados por qualquer pessoa sem restrição de idade, o empreendedorismo também pode ser um grupo de hábitos adquiridos, hábitos estes onde algum tempo atrás, acreditava-se apenas já nascer com eles, mais hoje sabemos que com a capacitação adequada uma pessoa comum pode ser moldada para se tornar um empresário de sucesso. Porém, pode ser mais difícil do que se imagina, além de uma necessidade de entender o mercado é necessário se manter atualizado. Não bastando apenas ter uma possível boa ideia de negócio ou ter o dinheiro necessário para investir nessa ideia. O resultado satisfatório de uma pequena empresa ou startup pode ser altamente dependente do perfil do empresário. Não existindo uma formula mágica a ser seguida ou mesmo um único perfil de empreendedor que consegue obter sucesso, podemos citar diversos tipos de perfis de empreendedores existentes no mercado. (DORNELAS, 2008, p. 23)

2.1.1 Empreendedor social

O empreendedorismo social difere do empreendedorismo propriamente dito em dois aspectos: não produz bens e serviços para vender, mas para solucionar problemas sociais, e não é direcionado para mercados, mas para segmentos populacionais em situações de risco social (exclusão social, pobreza, miséria, risco de vida). Dessa forma os empreendedores sociais em todo o mundo, buscam

melhorar as condições de vida das pessoas em risco social fazendo a atualização de métodos que também são utilizados no ambiente das empresas. Métodos esses utilizados com o propósito de aumentar o capital social (relações de confiança e respeito) existentes, programas e ações que possibilitem para uma comunidade, cidade ou região obter um desenvolvimento de maneira sustentável. Esse tipo fenômeno muitas das vezes se faz necessário simplesmente por falta de investimento do governo no setor social. (OLIVEIRA, 2004)

“O Empreendedorismo Social surge como um conceito ainda em desenvolvimento, mas com características e estratégias próprias, apresentando diferenças de uma gestão social tradicional” (VERGA; SILVA, 2014)

2.1.2 Empreendedor corporativo

Segundo Manuel Messias Batista (2005) empreendedorismo corporativo pode ser definido como sendo um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente.

É o processo pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação e inovação dentro da organização existente. A renovação estratégica refere-se aos esforços empreendedores da organização que resultam em significativas mudanças no negócio ou na estrutura corporativa, bem como em sua estratégia. É a soma da inovação que a organização pratica e desenvolve; de sua renovação; e dos esforços para implementação de novos negócios.

Então assim, torna-se um indivíduo de fundamental importância para o mercado, pois toda empresa por mais experiente que seja em seu ramo de negócios em certas fases necessita da criatividade de seu dirigente para resolver problemas ou manter os índices de crescimento em alta. Pensando nisso umas das habilidades indispensáveis ao empreendedor corporativo e a sua habilidade de revolução. Isso não quer dizer que ele tenha ideias mirabolantes a cada dia que se passa, mais sim a capacidade de fazer pequenas mudanças que muitas vezes pode trazer resultados bem satisfatórios.

2.1.3. Empreendedor startup

Segundo Gitahy (2011) o empreendedorismo startup se popularizou na década de 90, quando surgiu a bolha da internet nos Estados Unidos, mas só passou a ser conhecido no Brasil nos anos de 1999 a 2001, quando as empresas (. Com) passaram a atuar no mercado eletrônico.

O termo startup, tem sido muito utilizado pelos empreendedores, mas tem todos sabem seu significado, “start” significa iniciar ou começar, e “up”, significa para cima. Palavra essa que está ligada diretamente ao empreendedorismo e inovação, geralmente utilizado para empresas que acabaram de surgir, o termo começou a ficar conhecido nos anos de 1990, quando aconteceu a grade “bolha da internet” muitos empreendedores surgiram com novas e promissoras ideias associadas a tecnologia. Podemos citar hoje grandes empresas como Apple, Google, Face book, Yahoo, entre outras empresas, empresas essas que crescem mais e mais a cada dia mantendo suas posições de liderança.

2.1.4 Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)

Segundo Dornelas (2008) 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 construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração. Mais recentemente, porém, tem ocorrido a chamada profissionalização da gestão de empresas familiares, através da contratação de executivos de mercado para a administração da empresa e da criação de uma estrutura de governança corporativa, com os herdeiros opinando no conselho de administração e não necessariamente assumindo cargos executivos na empresa. O desafio do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. Isso tem sido cada vez mais difícil. O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidades na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens. Alguns têm senso de independência e

desejo de inovar, de mudar as regras do jogo. Outros são conservadores e preferem não mexer no que tem dado certo. Esses extremos, na verdade, mostram que existem variações no perfil do empreendedor herdeiro. Mais recentemente, os próprios herdeiros e suas famílias, preocupados com o futuro de seus negócios, têm optado por buscar mais apoio externo, através de cursos de especialização, MBA, programas especiais voltados para empresas familiares, com o objetivo de não tomar decisões apenas com base na experiência e na história de sucesso das gerações anteriores.

2.2 TIPOS DE EMPREENDEDORISMO

2.2.1 Micro e pequenas empresas

Para caracterizar o que seria um micro ou pequenas empresa, foi criado A Lei Geral, também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, foi criada pela Lei Complementar nº. 123/2006 para regulamentar tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a esse setor, conforme disposto na Constituição Federal.

Seu objetivo é fomentar o desenvolvimento e a competitividade da micro e pequena empresa e do microempreendedor individual, como estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia.

Então por definição, Microempresa será a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que tenha um faturamento anual (receita bruta) igual ou inferior a R\$ 360.000,00. Conforme o SEBRAE (2014), considera-se como microempresa aquela com até 19 empregados na indústria e até 9 no comércio e no setor de serviços.

Segundo o SEBRAE (2014). Os pequenos negócios respondem por mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Juntas, as cerca de 9 milhões de micro e pequenas empresas no País representam 27% do PIB, um resultado que vem crescendo nos últimos anos. Os dados inéditos são revelados pelo presidente do Sebrae, Luiz Barreto. “O empreendedorismo vem crescendo muito no Brasil nos

últimos anos e é fundamental que cresça não apenas a quantidade de empresas, mas a participação delas na economia”, afirma Barreto.

Os pequenos negócios são os responsáveis pela geração de renda de 70% dos brasileiros ocupados no setor privado. De acordo com estudo inédito feito pelo Sebrae, dos 72 milhões de brasileiros que compõem esse grupo de pessoas, 50,6 milhões têm como origem das suas receitas os empreendimentos de pequeno porte. São considerados pelo IBGE como ocupados os empregadores, os trabalhadores por conta própria e familiares e os empregados, com ou sem carteira assinada.

Do total de pessoas que sobrevivem de um pequeno negócio, 26 milhões são empreendedores que empregam ou que trabalham por conta própria, sejam eles formais ou não. Os outros 24,7 milhões são trabalhadores com ou sem carteira assinada. De acordo com o presidente do Sebrae, Guilherme Afif Domingos, cada vez mais as micro e pequenas empresas vêm desempenhando um importante papel na geração de postos de trabalho porque são os motores da economia brasileira, representam 27% do PIB e geram 54% da massa salarial.

De acordo com as estimativas do Sebrae até 2022, o Brasil terá cerca de 17,7 milhões de pequenos negócios, ou seja, mais de um milhão de novos empreendimentos por ano, esse número é 43% superior ao atual, que é de 12,4 milhões de Microempreendedores Individuais (MEI) e micro e pequenas empresas optantes do Simples Nacional, sistema que reduz a carga tributária e a burocracia.

2.2.2 pequenas e médias empresas

De acordo com o SEBRAE Atualmente, no Brasil, há pelo menos três definições utilizadas para limitar o que seria uma pequena empresa. A definição, mais comum e mais utilizada, é a que está na Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas. De acordo com essa lei, que foi promulgada em dezembro de 2006 e atualizada pela Lei Complementar nº 147/2014, as pequenas devem faturar entre R\$ 360.000,01 e R\$ 3,6 milhões anualmente para ser enquadradas. Outro critério para caracterização seria o número de funcionários. Para o SEBRAE pequenas empresas são aquelas que possuem de 20 a 99 empregados na indústria e, no comércio e serviços, de 10 a

49 empregados. Já as médias empresas são aquelas que possuem 100 a 499 empregados na indústria e, no comércio e serviço, de 50 a 99 empregados

Os órgãos federais, como Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), têm outro parâmetro para a concessão de créditos. Nessa instituição de fomento, uma pequena empresa deve ter receita bruta anual, superior a R\$ 1,2 milhão e inferior a R\$ 10,5 milhões. Os parâmetros do BNDES foram baseados nos parâmetros do Mercosul

Segundo IBGE com base na Pesquisa Anual de Comércio e a Pesquisa Anual de Serviços, em 2001, estimaram um total de 2 milhões de micro e pequenas empresas de comércio e serviços em operação no País, que ocupavam cerca de 7,3 milhões de pessoas, ou seja, 9,7% da População Ocupada. Essas empresas geraram R\$ 168,2 bilhões em receita operacional líquida e R\$ 61,8 bilhões em valor adicionado. Tipicamente

Tipicamente o campo das pequenas e médias empresas é classificado com importante por sua competência de gerar empregos ou contribuir para a produção industrial. Durante os anos 80, o interesse em estudar as (PMEs) aumentou em razão das dificuldades das grandes em sustentar o nível de emprego em grande parte da Europa Ocidental (SEBRAE, 1996).

Outras informações que podem nos mostram a importância das pequenas e médias empresas (PMEs) em nosso país são que, essas pequenas empresas brasileiras podem ser responsáveis por 98% de todos os negócios em nosso país, o que nos mostra a importância e a força que esse tipo de empresas representa para nossa economia. Em algum momento de dificuldade do governo em criar novos trabalhos, em geral o mercado particular e um setor que está atingindo de forma a não poder absorver toda a mão de obra desempregada, assim 54% dos empregos são absorvidos pelos pequenos negócios, esse tipo de informação pode nos fazer entender o poder que as pequenas empresas possuem em para fazer uma virada econômica. Além de que o faturamento das pequenas empresas equivale a 27% do produto interno bruto (PIB) nacional.

2.2.3 Grandes empresas

Assim como as outras empresas de menor porte as grandes empresas tem suas definições analisadas de forma diferente com relação aos órgãos governamentais dentre eles podemos citar a ANVISA (Agência nacional de Vigilância sanitária), a política nacional do meio ambiente que seria o BNDES (Banco nacional de desenvolvimento) e o IBGE (instituto brasileiro de geografia e estatística).

Critério de avaliação **ANVISA** – Por Faturamento anual, Grupo I – Empresa de Grande Porte – Superior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), de acordo com a Medida Provisória nº 2.190-34/2001. Grupo II – Empresa de Grande Porte – Igual ou inferior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) e superior a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais), de acordo com a Medida Provisória nº 2.190-34/2001.

Critério de avaliação **IBGE** – Por número de colaboradores. Para empresas do tipo indústria. Grande: mais de 500 empregados. Para empresas do tipo Comércio e Serviços, grande: mais de 100 empregados. Critério de avaliação **BNDS** – Pelo faturamento da empresa, grande Empresa – Maior que R\$ 300 milhões

2.2.4 Empreendedor Individual

Segundo a definição do SEBRAE O MEI – Microempreendedor Individual – é aquele que trabalha por conta própria, tem registro de pequeno empresário e exerce umas das mais de 400 modalidades de serviços, comércio ou indústria. A figura do MEI surgiu em 2008, com a Lei nº128, buscando formalizar trabalhadores brasileiros que, até então, desempenhavam diversas atividades sem nenhum amparo legal ou segurança jurídica. Com a legislação em vigor desde 2009, mais de 7 milhões de pessoas já se formalizaram como microempreendedores individuais.

De acordo com o Portal do Empreendedor que retifica a Lei Complementar nº 128, de 2008, a categoria de Microempreendedor Individual (MEI) é a que abriga, como pessoa jurídica, a pessoa que trabalha por conta própria e resolve se formalizar enquanto pequeno empresário. Há uma lista de profissões que podem ser

enquadradas nesse regime, como ambulantes, cabeleireiras, borracheiros, editores de jornais e revistas, mecânicos e várias outras. Para ser classificado como Microempreendedor Individual, o profissional precisar faturar no máximo R\$ 60.000,00 por ano e não ser sócio ou titular de outra empresa. Ao se cadastrar com MEI, ele será enquadrado no Simples Nacional e isentado dos tributos federais, como Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL. Será necessário, porém, pagar uma taxa mensal de R\$ 37,20 (comércio ou indústria), R\$ 41,20 (prestação de serviços) ou R\$ 42,20 (comércio e serviços).

Os valores das taxas são destinados à Previdência Social e ao ICMS ou ISS (estes últimos, impostos estadual e municipal, respectivamente). Com as contribuições, o MEI passa a ter acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença e aposentadoria.

Outra vantagem oferecida aos MEIs é a possibilidade de se inscreverem no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita, por exemplo, a abertura de conta bancária, empréstimos e a emissão de notas fiscais.

É importante destacar ainda que, uma vez por ano, os microempreendedores individuais devem entregar a DASN - SIMEI – Declaração Anual do Simples Nacional do Microempreendedor Individual.

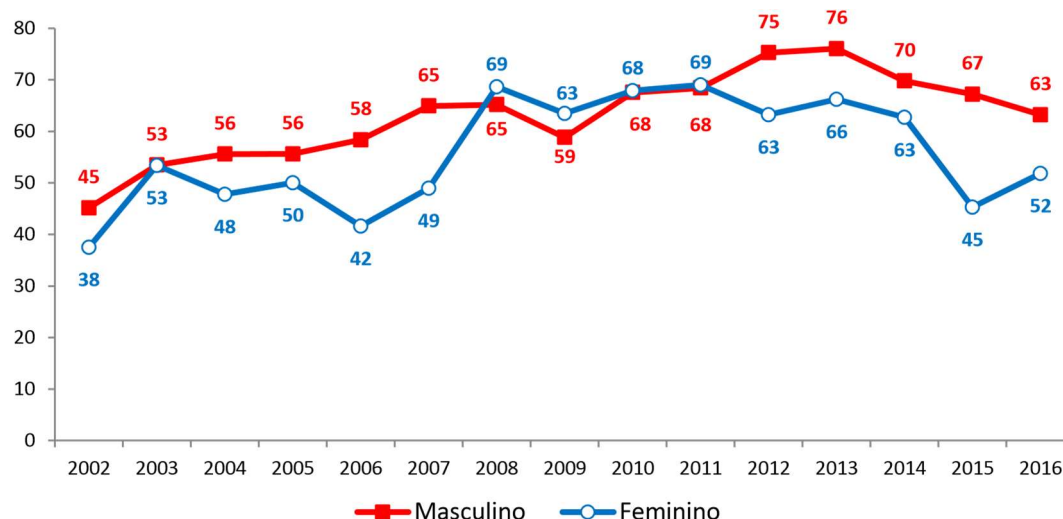
2.3 Gênero Dos Empreendedores

O empreendedorismo também pode ser classificado quanto a seu gênero, masculino ou feminino. Nos últimos 50 anos, o Ocidente presenciou a ocorrência de uma revolução pacífica, alardeada pelos quatro cantos do mundo, e que vem afetando profundamente o cotidiano das pessoas. Trata-se da ascensão socioeconômica das mulheres. Mesmo que em algumas áreas de atuação os homens tenham uma maior participação em relação as mulheres, a atividade de empreendedorismo feminino vem cada vez mais se aproximando do percentual masculino.

Em 2016, a proporção de mulheres que abriu seu negócio por oportunidade (52%) foi bem inferior à encontrada na média do total de empreendedores no país (57%) e à encontrada no grupo dos homens (63%). Além disso, na maior parte da

série histórica, a proporção de empreendedores por oportunidade no grupo dos homens superou a encontrada no grupo das mulheres (Gráfico 1). (SEBRAE, 2017)

Gráfico 1- Proporção de Empreendedores Iniciais por oportunidade e gênero (em %)



Na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), em 2016 (TABELA 1), a Taxa Total de Empreendedores chegou a 36% das pessoas. A Taxa Total de Empreendedores chegou a 38,2% no grupo dos homens e a 33,9% no grupo das mulheres. Portanto, no cômputo geral, os homens são proporcionalmente mais empreendedores que as mulheres. As taxas de empreendedorismo masculino também são mais altas no caso dos “Empreendedores Estabelecidos”. Apenas no caso dos “Empreendedores Novos” (com até 3,5 anos), a taxa feminina superou a masculina, o que indica que, entre 2013 e 2015, possivelmente ocorreu um movimento mais forte de entrada de mulheres na atividade empreendedora. (SEBRAE, 2017)

Tabela 1 - Taxa de Empreendedorismo segundo o estágio de maturação, por gênero (em %) - 2016

Estágio	Feminino	Masculino	Brasil
Empreendedores Iniciais	19,9	19,2	19,6
Nascentes	5,1	7,4	6,2
Novos	15,4	12,6	14,0
Empreendedores Estabelecidos	14,3	19,6	16,9
Total de empreendedores na população adulta	33,9	38,2	36,0

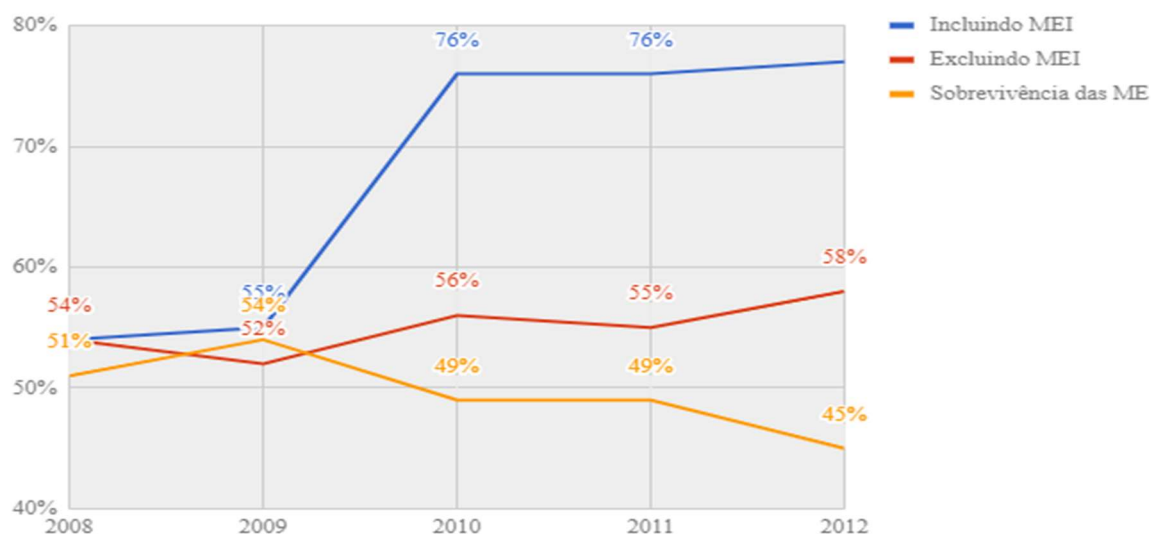
Fonte: GEM Brasil 2016

Percentual da população de 18 a 64 anos

2.4 Sobrevivência De Empresas

Entre 2010 e 2014, a taxa de sobrevivência das empresas com até 2 anos passou de 54% para 77%. Em boa parte, essa melhora se deve à ampliação do número de Microempreendedores Individuais (MEI). Quando os MEI são excluídos da análise, a taxa de sobrevivência cresce apenas 4 pontos percentuais, passando de 54% para 58%.

O (MEI) causa um impacto positivo no cálculo da taxa de sobrevivência de empresas porque, além da taxa desse segmento ser mais alta, a sua participação no total de empreendimentos passou de 0% para 63% do total de empresas criadas, entre 2008 e 2012.

Gráfico 2-. Sobrevivência das Empresas no Brasil. Sebrae, 2016.

Fonte: Sebrae NA

Em termos setoriais (Tabela 2), para as empresas nascidas em 2007, verifica-se que a maior taxa de sobrevivência foi registrada nas empresas do setor industrial (79,9%), seguida pela taxa do comércio (77,7%), pela construção (72,5%) e pelo setor de serviços (72,2%). O bom desempenho do setor industrial é puxado pelas empresas da indústria nas regiões Sudeste e Sul, onde a taxa de sobrevivência dessas empresas chega a 83,2% e 81,4% respectivamente (Tabela 1).

Tabela 2 - taxa de sobrevivência de empresas de 2 anos, para empresas construídas em 2007, por setores e regiões

	NORTE	NORDESTE	SUDESTE	SUL	CENTRO-OESTES	BRASIL
Indústria	71,10%	74,10%	83,20%	81,40%	76,50%	79,90%
Comércio	74,40%	75,50%	79,90%	76,60%	76,10%	77,70%
Construção	56,30%	63,50%	77,30%	74,20%	70,10%	72,50%
Serviços	58,90%	62,90%	75,70%	71,80%	70,50%	72,20%
TOTAL	68,90%	71,35	78,20%	75,30%	74%	75,65%

Fonte: Sebrae NA

Nota: As empresas construídas em 2007 foram verificadas nas bases de 2007, 2008, 2009 e 2010

2.5 Incubadoras

Segundo (SEBRAE 2016). As incubadoras de empresas são instituições que auxiliam micro e pequenas empresas nascentes ou que estejam em operação, que tenham como principal característica a oferta de produtos e serviços no mercado com

significativo grau de inovação. Elas oferecem suporte técnico, gerencial e formação complementar ao empreendedor e facilitam o processo de inovação e acesso a novas tecnologias nos pequenos negócios. As empresas que buscam as incubadoras, além de receberem suporte gerencial, administrativo e mercadológico, recebem apoio técnico para o desenvolvimento do seu produto. Com isso, o empreendimento pode ser acompanhado desde a fase de planejamento até a consolidação de suas atividades com a consultoria de especialistas. Geralmente ofertam ainda espaço físico especialmente construído ou adaptado para alojar temporariamente os empreendedores – chamados neste momento de empresas incubadas – e promovem acesso a serviços que as empresas dificilmente encontrariam agindo sozinhas e sem orientação adequada no mercado.

Planejando incubadoras de empresas trata um tema de extrema importância para a consolidação de um movimento de suporte a empresas nascentes que adquiriu enorme repercussão no país. As incubadoras de empresas, antes de tudo, são organizações e, como qualquer organização, precisam ser administradas com um mínimo de planejamento, a fim de produzir resultados; porém, de modo diferente da maioria das organizações, essas incubadoras de empresas possuem clientes especiais, raros, e em estágio inicial de formação: os candidatos a empreendedores. O estágio na incubadora lhes será de vital importância, pois definirá se continuarão ou não a implementar suas ideias de negócios e se alcançarão o sucesso. O principal resultado de uma incubadora de empresas deve ser a formação de novos e preparados empreendedores que, por meio de suas empresas, gerarão riqueza, emprego e renda, contribuindo decisivamente para o desenvolvimento econômico do Brasil. (Dornelas, 2002).

2.5.1 Histórico Incubadoras

O histórico das incubadoras das empresas sempre esteve atrelado ao empreendedorismo em todos os locais onde a criação de empresas e o suporte para os empreendedores têm sido destacados. Como a ideia de empreendedorismo tem ganhado grandes proporções no Brasil nos últimos anos, acarreta no também avanço e crescimento nos sistemas de suporte aos empreendedores, suportes estes como as incubadoras de empresas, assim elas seguem essa direção de crescimento acelerado. Assim o momento se torna adequado para se fazer uma análise bem

apurada de desses movimentos, visando o fato do Brasil estar sendo relacionado entre os países que possuem a maior atividade empreendedora do mundo, com dados comparados até mesmo com os dos Estados Unidos, país este que tem uma referência no quesito. Pesquisas recentes apontam nesse caminho (GEM. 1999; 2000; 2001), assim despertando o interesse da comunidade e despertando a atenção dos órgãos públicos e privados para os programas voltados a amparar os empreendedores que procuram criar novos negócios.

As incubadoras de empresas podem ser sem ou com fins lucrativos. As sem fins lucrativos, além de mais antigas, têm predominado na maioria dos países, sendo programas de auxílio aos empreendedores na fase inicial de criação e na fase de crescimento de seu negócio. A primeira incubadora sem fins lucrativos foi concebida no final da década de 1950, em Nova York, como consequência imediata da proliferação dos parques tecnológicos nos Estados Unidos (McKee, 1992). No Brasil, a primeira incubadora de empresas surgiu muito tempo depois, em 1985, na cidade de São Carlos (São Paulo). Até o início dos anos 1990, o número de incubadoras brasileiras era de apenas 7; em 1995 já havia 27 incubadoras no país (Anprotec, 2000). Nos últimos anos, o número de incubadoras de empresas brasileiras tem crescido de maneira jamais vista; o último registro feito pela Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas) indica a existência de 159 incubadoras de empresas no Brasil. (DORNELAS, 2002)

2.5.2 Incubadoras No Estado Do Rio Grande Do Norte

O estado do Rio Grande Do Norte conta com o programa SEBRAE de incubadoras de empresas, programa que vem ganhando força no estado em relação a dar suporte as ideias inovadoras. Programa de fundamental importância para o mercado, pois a incubação reduz em 80% os riscos de fechamento de novos negócios antes mesmo de completar dois anos de mercado. A avaliação foi feita pelo gerente da Unidade de Inovação e Tecnologia do Sebrae no Rio Grande do Norte, João Bosco Cabral Freire. O programa já conta com 11 incubadoras, sendo que quatro estão em processo de criação. “As incubadoras geralmente são espaços protegidos dentro de

uma instituição de ensino onde ideias ou negócios são apoiados tecnicamente”, diz o gerente.

O sistema de incubadoras tecnológicas terá recebido entre 2014 e 2018 um total de R\$ 20 milhões, investidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) para apoio às empresas nascentes, sendo mais de R\$ 1 milhão somente no Rio Grande do Norte. Parte desse recurso é destinada à gestão e a certificação das incubadoras que já estão em funcionamento. Atualmente, o estado possui 14 incubadoras de empresas implantadas e outras seis em processo de implantação, responsáveis por lançar no mercado 200 empresas, entre as já graduadas ou em estágio de pré-incubação e incubação.

Das dez incubadoras certificadas pelo modelo (Cerne) Centro de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos no Brasil, uma é do Rio Grande do Norte, a Incubadora Tecnológica Natal Central (ITNC), que funciona no campus central do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN).

Já a incubadora Iagran, ligada ao campus de Mossoró da Universidade Federal Rural do Semiárido (Ufersa), está auditada nesse modelo, enquanto a ITMO (campus do IFRN de Mossoró), a Ineagro (campus Angicos da Ufersa), Inova (Campus da UFRN em Natal) e CITECS (campus da Universidade Estadual do RN em Mossoró) estão com a certificação em andamento. (SEBRAE, 2017)

3. Metodologia

A pesquisa foi desenvolvida no município de Mossoró no estado do Rio Grande do Norte. Partindo de uma aplicação de questionários cuja temática usada baseava-se na coleta e pesquisa de dados realizada com empreendedores da cidade.

No início do século XVIII, os primeiros sesmeiros fixaram-se na ribeira do Mossoró, tinham por objetivo a criação do gado. Foi o gado quem plantou o homem no sertão. O terreno plano, com vegetação rala e a presença do rio, determinaram o lugar. Surgiram às fazendas, os caminhos, o povoado. O rio era a grande estrada. Os primeiros caminhos não passavam de veredas abertas pelos colonizadores, que rasgavam os sertões desconhecidos, marcando o chão que iam pisando com os tacões das suas botas. Por esses caminhos, que ligavam as zonas litorâneas aos mais distantes núcleos do povoamento espalhados no sertão, se embrenhavam os mascates com suas cargas de mercadorias conduzidas até pequenos arruados, onde se estabeleciam com pequenos negócios que lhes rendiam bons lucros.

Assim mesmo aconteceu com o povoado de Santa Luzia do Mossoró. Com o desenvolvimento da povoação, foram aparecendo pequenos estabelecimentos, cujos gêneros eram comprados no Aracati. Alguns desses primitivos comerciantes tiveram seus nomes guardados através dos tempos. Foram eles: o curandeiro Domingos da Costa de Oliveira, Manoel Rodrigues Pereira, Francisco Gomes dos Santos Guará e José Baltazar Augero de Saboia. De outros, a poeira do tempo apagou. Reza a tradição que por volta do primeiro quartel do século XIX, alguns habitantes iam a Pernambuco por terra e dali traziam algumas cargas de fazendas. Esses, ao saírem para a jornada, despediam-se dos familiares e amigos até o dia do juízo final, tão arriscada era a travessia. Dos que se aventuraram nessa empreitada, a história guardou o nome de Manoel Rodrigues Pereira e Antônio Gomes da Mota. (Jornal o Mossoróense, 2015)

3.1 Delimitação Do Estudo

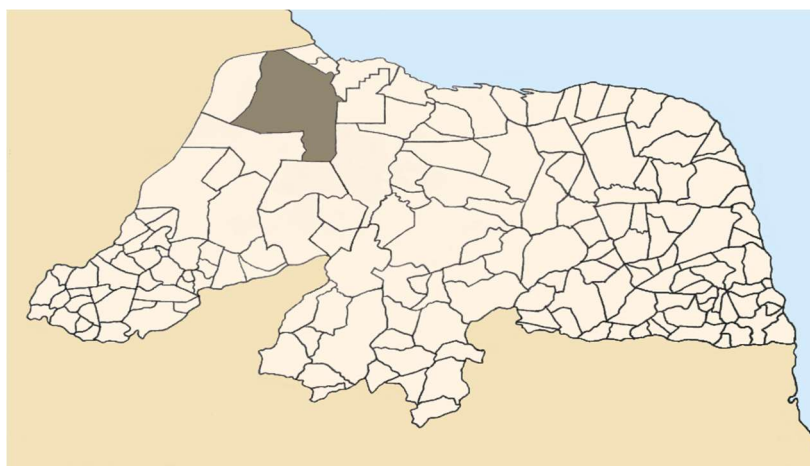
O estudo analisou os empreendimentos e os perfis dos empreendedores do comércio geral do município de Mossoró no estado do Rio Grande do Norte, com foco no centro do município sendo o período de análise a pesquisa de campo nos meses de Janeiro a fevereiro de 2019. Foi feito o levantamento bibliográfico para a

caracterização dos empreendimentos pertinentes ao município de Mossoró- RN e também as características gerais do município.

3.2 Caracterização Da Área De Estudo

Mossoró é um município brasileiro no interior do estado do Rio Grande do Norte, situado no oeste Potiguar, Região Nordeste do país. Ocupa uma área de aproximadamente 2 100 km², sendo o maior município do estado em área, estando distante 281 quilômetros da capital estadual, Natal. Em 2017 sua população foi estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 295 619 habitantes, sendo o segundo mais populoso do Rio Grande do Norte (ficando atrás somente da capital) 620, de 09/11/1870. E relação a Formação administrativa, distrito criado com a denominação de Mossoró, pela Resolução Provincial n.º 87, de 27/10/1842. Elevado à categoria de vila com a denominação Mossoró pela Lei Provincial n.º 246, de 15-03-1852, desmembrado de Princesa (mais tarde Assú). Sede na povoação de Mossoró. Elevado à condição de cidade com a denominação de Mossoró, pela Lei Provincial n.º 620, de 09-11-1870. Pela Lei Municipal n.º 19, de 10-09-1908, são criados os distritos de Porto de Santo Antônio e São Sebastião e anexado ao município de Mossoró. Em divisão administrativa referente ao ano de 1911, o município é constituído de 3 distritos: Mossoró, Porto de Santo Antônio e São Sebastião. O município de Mossoró-RN, segundo o IBGE (2010), conta com IDH (Índice de desenvolvimento humano) de 0,720, possui um PIB (Produto interno bruto) de R\$ 6 538 346 mil IBGE/2013, (2017) e um PIB per capita de R\$ 6 538 346 mil IBGE/2013.

Figura 1 - Localização do município Mossoró-RN.



Fonte Adaptado Google, (2019).

3.2 Coleta De Dados

A coleta de dados foi feita através de pesquisas bibliográficas e pesquisa de campo, a pesquisa de campo anteriormente citada foi feita em um último momento do trabalho sendo feito uma aplicação de questionário nos comércios em geral que compõem o centro comercial do município de Mossoró - RN.

3.3 População E Amostra

As sondagens dos dados foram feitas através da pesquisa de campo no período de janeiro a fevereiro de 2019, onde foi feita a aplicação do questionário. Sendo que, o questionário aplicado conta com 20 questões, questões essas escolhidas de forma que pudessem nos ajudar a caracterizar os empreendimentos e os empreendedores, foram elas questões do tipo objetivas e subjetivas, aplicando-se em cerca de 35 empreendimentos do município de Mossoró-RN.

3.4 Análise Estatística Descritiva Dos Dados

O tratamento dos dados da pesquisa de campo seguiu o conceito de pesquisa quantitativa. O processo envolveu diversos procedimentos como codificação das respostas, tabulação dos dados e análise e interpretação destes, utilizando a ferramenta operacional Microsoft office Excel. As demais informações foram alcançadas por meio das pesquisas bibliográficas, baseadas nos estudos anteriormente citados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Empreendimentos Do Centro De Mossoró - RN

Ao ser aplicado os questionários na no centro comercial de Mossoró constatou-se que a maioria dos empreendimentos são do tipo microempresas e pequenas empresas, mesmo sendo um grande centro comercial muitos estabelecimentos não teriam espaço físico se quisessem aumentar seu negócio em termos de produtos, maquinários e funcionários, notou-se também que a grande maioria dos empreendimentos são do tipo comercial.

Ao serem questionados sobre possíveis problemas enfrentados, alguns estabelecimentos alegaram a falta de segurança, mesmo sendo em um local com um grande fluxo de pessoas, isso não é suficiente para inibir a criminalidade, já outros comentaram a grande concorrência, pois no local onde existe muitos empreendimentos do mesmo ramo, fato esse que para o consumidor é uma grande vantagem, já para o comerciante pode não ser muito interessante.

4.2 PERFIS DOS EMPREENDEDORES DO CENTRO DE MOSSORÓ-RN

Com a análise dos dados poderemos notar que a atuação da mulher, mesmo que em muitos outros lugares não seja superior a masculina, essa pesquisa mostrou o contrário com a mulher dominando a frente dos empreendimentos, sendo assim a atuação dos homens se manteve na um pouco a baixo da atuação feminina , podemos notar também que a maioria dos estabelecimentos são chefiados por pessoas com uma média de idade entre 21 e 30 anos em sua grande maioria com ensino médio completo, e em outros casos com formação superior.

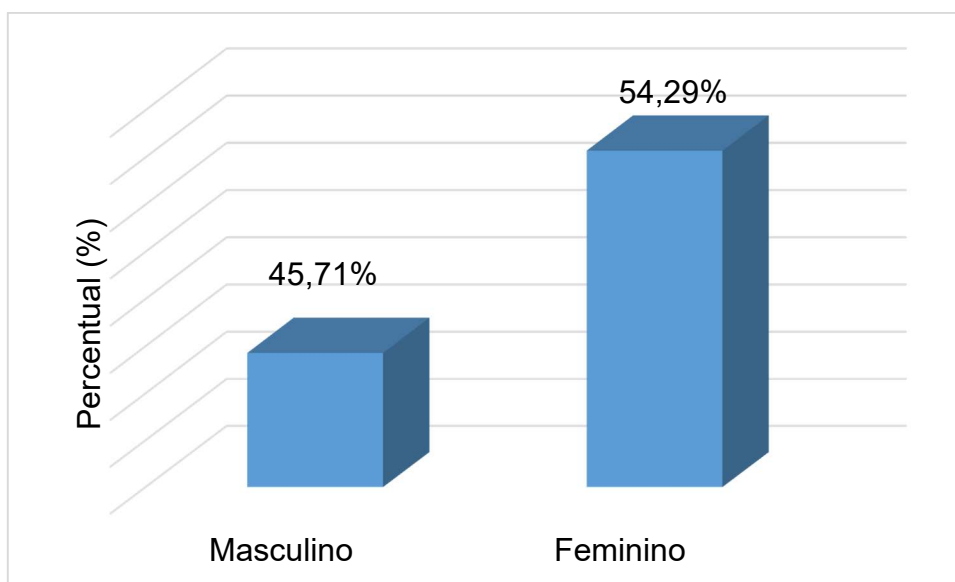
4.3 PESQUISA DE CAMPO

Para identificar os empreendimentos e perfil dos empreendedores do centro comercial de Mossoró-RN, foi aplicado um questionário com 20 perguntas, as quais os resultados serão demonstrados a seguir, através de gráficos e tabelas.

Então começaremos com o gráfico 3, onde fica evidenciado a grande atuação da mulher atuação da mulher no mercado Segundo Gomes (2004), o aumento da

presença das mulheres no mercado e na esfera econômica nos mostra uma atuação diferente daquela tradicional verificada na nossa sociedade até então. Não se tratando de simples episódios de ingresso no mercado para complementar a renda familiar, mesmo sendo essa uma das grandes motivações que também esteja presente, principalmente quando se avalia as consecutivas crises da economia brasileira e as altas taxas de desemprego. Refere-se a uma modificação social de grandes magnitudes, pois envolve transformações nas esperanças de vida profissional, pessoas e nas relações familiares.

Gráfico 3- Distribuição Dos Empreendedores Por Gênero Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

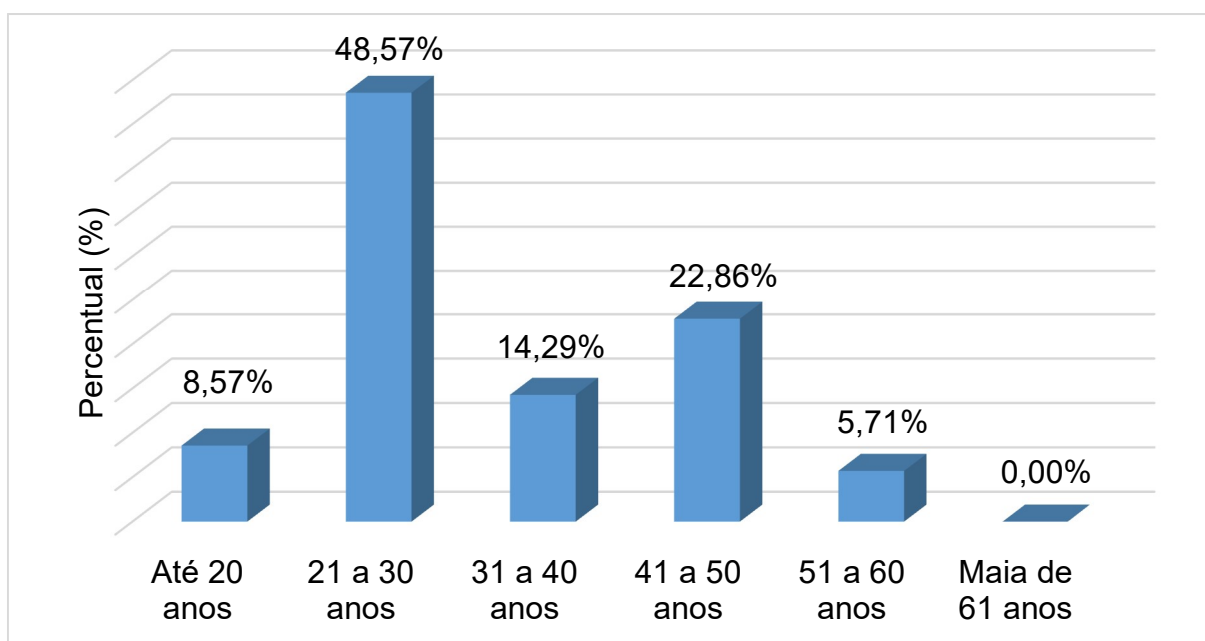
Tabela 3 - Distribuição Dos Empreendedores Por Gênero Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Masculino	16	45,71
Feminino	19	54,29
Total	35	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

De acordo com o (SEBRAE, 2014) a idade média do empreendedor nacional é de 44,7 anos. O gráfico abaixo evidencia que o grupo dos empreendedores do centro de Mossoró-RN é formado principalmente por indivíduos que tem entre 21 e 30 anos 48,57% e 41 a 50 anos 22,86%. Logo depois estão os que tem entre 31 a 40 anos 14,29%. Os mais jovens, que tem até 20 anos, representam apenas 8,57% do total. A tendência do mercado em estar sempre se renovando, e a fato da tecnologia está cada vez mais presente nessa renovação pode ser um dos fatores que influenciam a entrada de pessoas mais jovens no mercado.

Gráfico 4- Distribuição de acordo com a faixa etária do Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 4 - Distribuição de acordo com a faixa etária do Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró

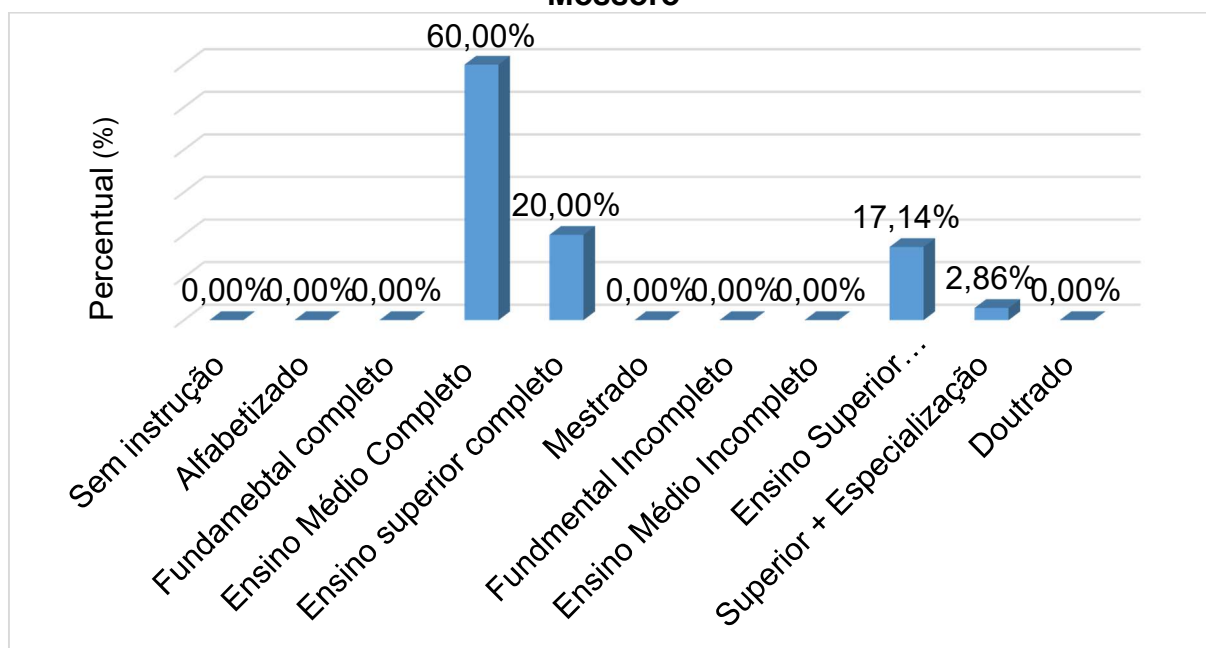
Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Até 20 anos	3	8,57
21 a 30 anos	17	48,57
31 a 40 anos	5	14,29
41 a 50 anos	8	22,86
51 a 60 anos	2	5,71
Maia de 61 anos	0	0,00
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Analisando os dados colhidos na pesquisa em relação a escolaridade, podemos notar no gráfico 5 que, quando consideradas as faixas de escolaridade, observa-se que em torno de 60% do total. Possuía apenas o ensino médio completo. Por outro lado, o restante dos entrevistados possuía um grau de escolaridade maior, sendo que 20% já possuía ensino superior completo, 17,14% possuía ensino superior incompleto e 2,86% possuía superior completo e especialização.

Segundo SEBRAE quanto maior a escolaridade dos empreendedores, maior é a chance de sobrevivência dos negócios. Os empreendedores de alta escolaridade tendem a iniciar sua empresa mais por oportunidade do que por necessidade, tendem a planejar mais e melhor o seu negócio e conhecem melhor os instrumentos de gestão.

Gráfico 5 - Distribuição de acordo com o grau de escolaridade dos Empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

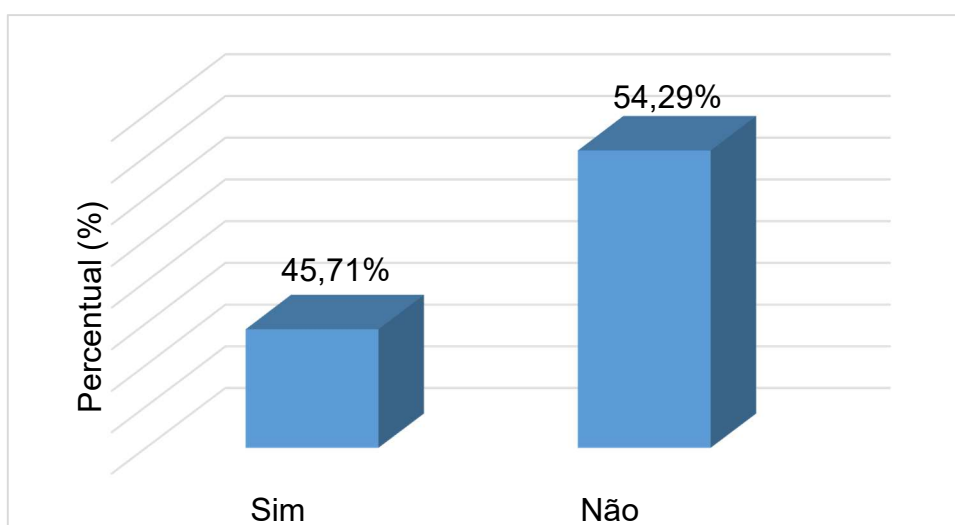
Tabela 5 - Distribuição de acordo com o grau de escolaridade dos empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Porcentagem (%)
Sem instrução	0	0
Alfabetizado	0	0
Fundamental completo	0	0
Ensino Médio Completo	21	60
Ensino superior completo	7	20
Mestrado	0	0
Fundamental Incompleto	0	0,
Ensino Médio Incompleto	0	0
Ensino Superior Incompleto	6	17,14
Superior + Especialização	1	2,86
Doutorado	0	0,00
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Quando perguntado aos entrevistados se os mesmos pensam em desenvolver outro negócio seus negócios futuramente 45,71% afirmaram que tem vontade de desenvolver novos empreendimentos, em contrapartida umas maiorias de 54,29% disseram estar satisfeitos com o seu empreendimento, mas melhorias são sempre bem-vindas.

Gráfico 6 - intenção de desenvolver futuramente algum outro negócio empresarial ou promover melhorias no que está em atividade.



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 6 - intenção de desenvolver futuramente algum outro negócio empresarial ou promover melhorias no que está em atividade.

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Sim	16	45,71
Não	19	54,29
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

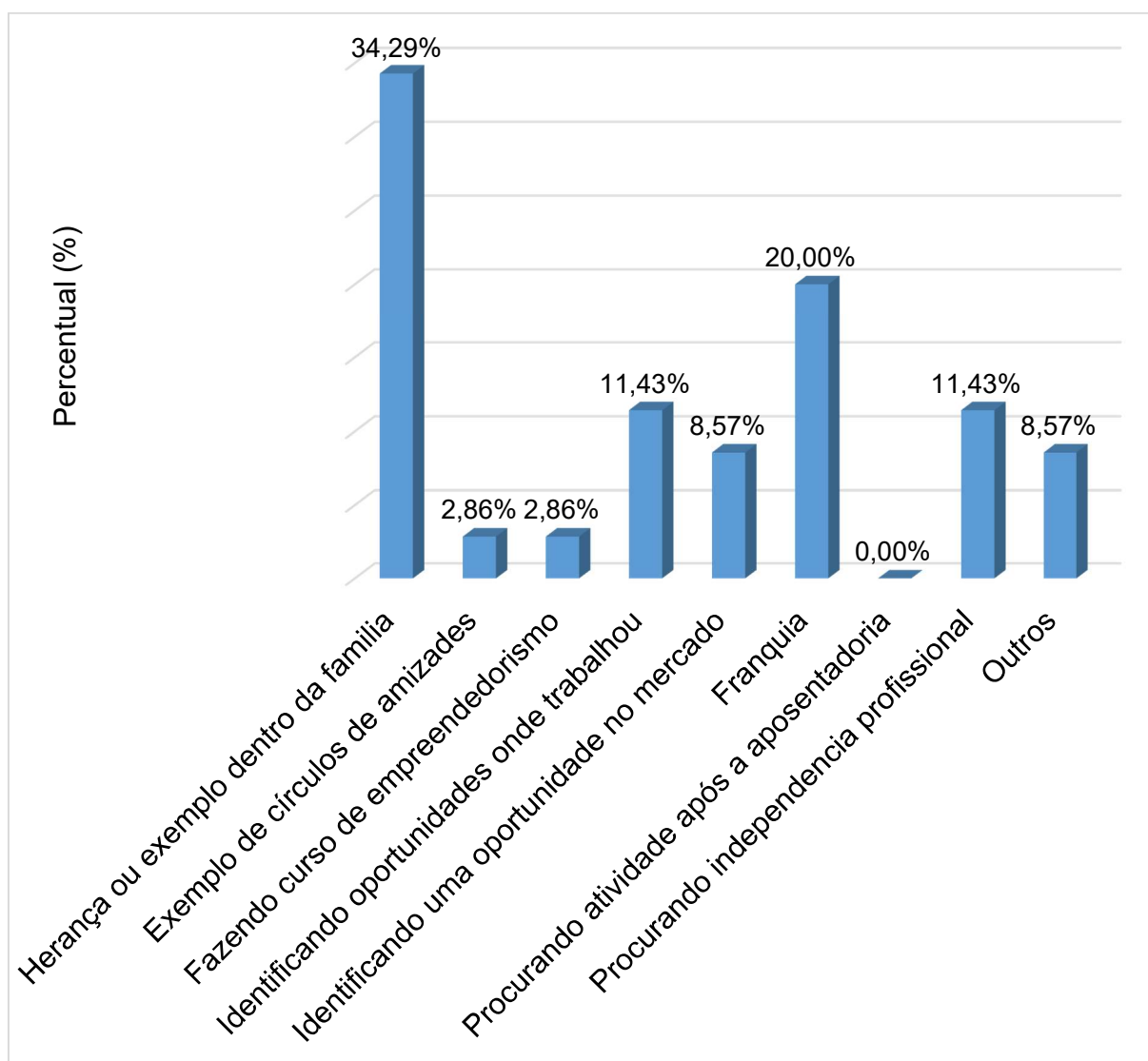
Percebe-se na tabela e no gráfico 7, que a maioria dos empreendedores entrevistados começaram seu próprio negócio por meio de herança ou exemplos dentro da família cerca de 34,29% do total. Por sua vez muitos afirmaram ter visto uma oportunidade em franquias cerca de 20% logo em seguida as áreas identificadas oportunidades onde trabalhou e procurando independência profissional, ficaram com cerca de 11,43% cada uma. As áreas de identificando uma oportunidade no mercado e outras opções não identificadas, ficaram com cerca de 8,57% cada uma. Já na opção exemplos de círculos de amizade e fazendo curso de empreendedorismo ficaram com 2,86% cada, a área de procurando atividade após a aposentadoria não teve nem um entrevistado.

Tabela 7 - Como surgiu a ideia de montar a empresa no Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Fatores	Quantidade	Percentual (%)
Herança ou exemplo dentro da família	12	34,29
Exemplo de círculos de amizades	1	2,86
Fazendo curso de empreendedorismo	1	2,86
Identificando oportunidades onde trabalhou	4	11,43
Identificando uma oportunidade no mercado	3	8,57
Franquia	7	20,00
Procurando atividade após a aposentadoria	0	0,
Procurando independência profissional	4	11,43
Outros	3	8,57
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

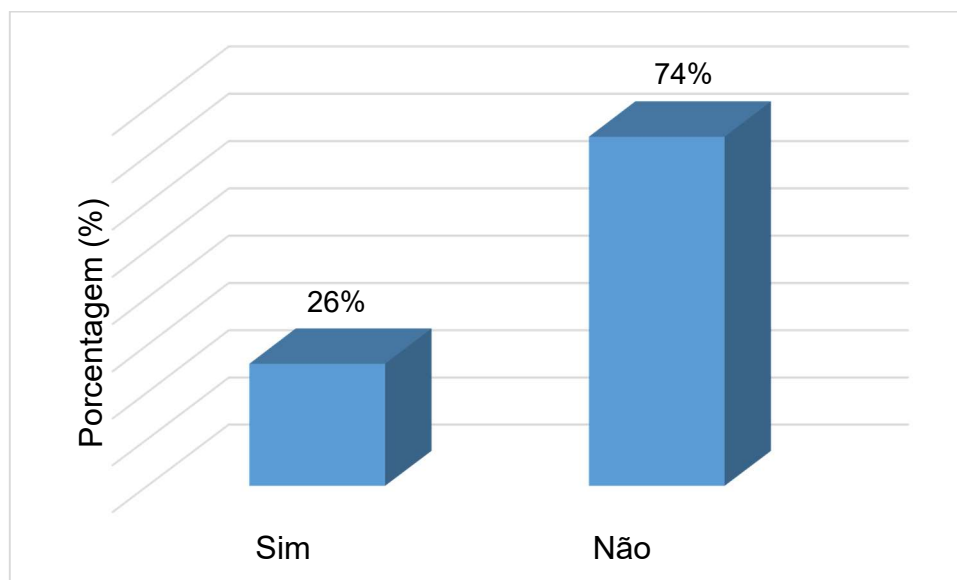
Gráfico 7 - Como surgiu a ideia de montar a empresa no Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

Analisando o Gráfico 8, observa-se que os entrevistados ao serem questionados se possuíam algum outro tipo de empreendedorismo, um total de, 74% afirmaram não possuir outro empreendimento. O restante dos entrevistados cerca de 26% alegaram possuir outros tipos de negócios no estado do RN.

Gráfico 8 - identificando se empreendedor possui outros negócios além do estabelecimento onde foi aplicado o questionário.



Fonte: Autoria própria (2019)

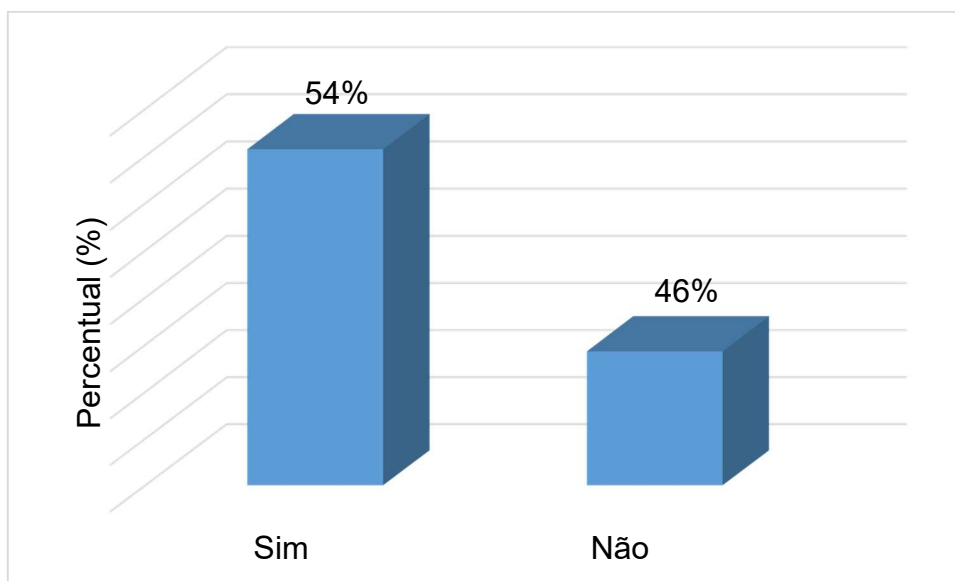
Tabela 8 - Identificando se empreendedor possui outros negócios além do estabelecimento onde foi aplicado o questionário.

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Sim	9	26
Não	26	74
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Conforme apresenta o Gráfico 9, cerca de 54% afirmam que seus empreendimentos são as únicas atividades remuneradas que contribuem com o sustento da família, e cerca de 46% admitem que a família não dependência financeira total do empreendimento em questão, existem outros tipos de rendas que ajudam no sustento familiar.

Gráfico 9 - Identificando se o estabelecimento em questão, e a única atividade de sustento familiar



Fonte: Autoria própria (2019)

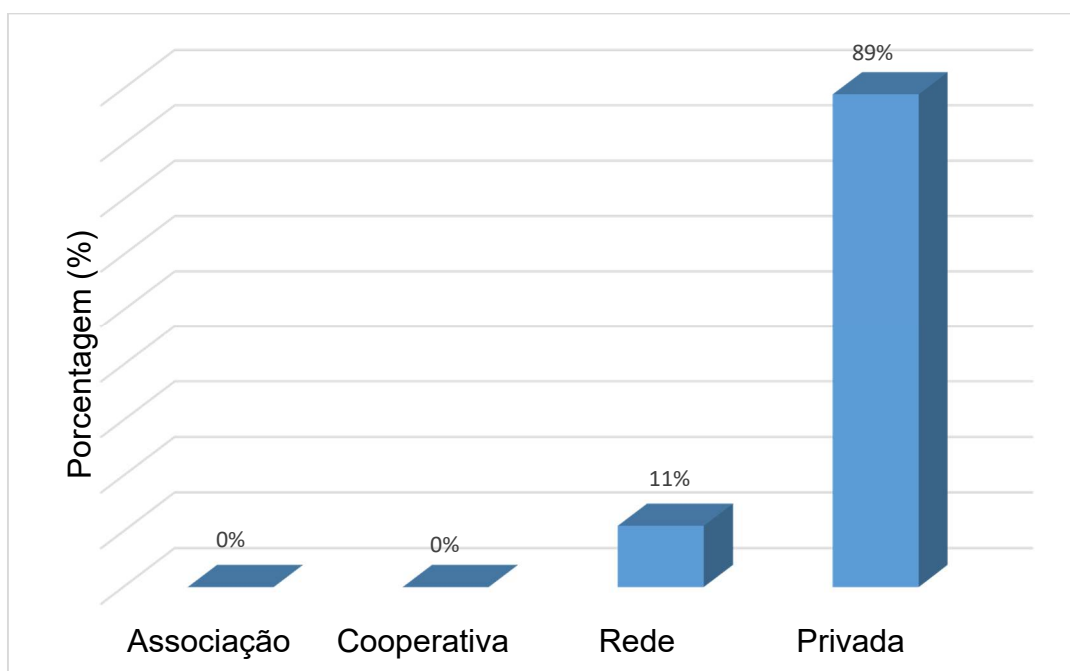
Tabela 9 - Identificando se o estabelecimento em questão, e a única atividade de sustento familiar.

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Sim	19	54%
Não	16	46%
Total	35	100%

Fonte: Autoria própria (2019)

De acordo com o Gráfico 10, verificou-se que existe um percentual considerável de empreendimentos onde os comerciantes locais são os próprios donos de suas empresas com um montante de 89%, e apenas poucos entrevistados afirmou possuir rede, isto correspondeu a 11% do total. Associações e cooperativas não foram encontradas no centro de Mossoró – RN.

Gráfico 10 – Distribuição segundo o caráter dos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

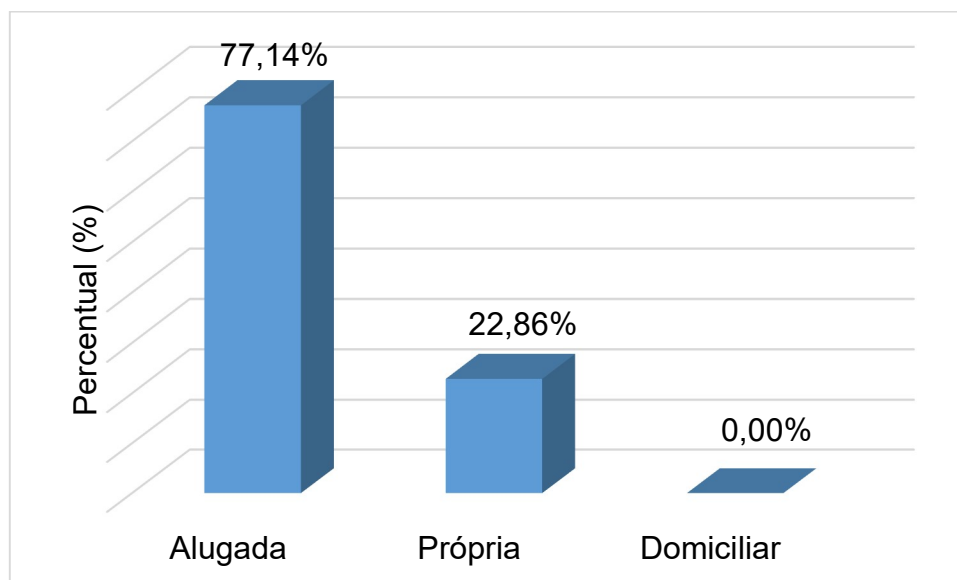
Tabela 10 - Distribuição segundo o caráter dos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Porcentagem (%)
Associação	0	0
Cooperativa	0	0
Rede	4	11
Privada	31	89
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Como podemos notar ao analisar o Gráfico 11, existe uma maioria de estabelecimentos alugados com 77,14% e o setor estabelecimentos próprios fica com 22,86%, o setor de matriz domiciliar obteve 0,00%.

Gráfico 11 - Matriz dos estabelecimentos das empresas do Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

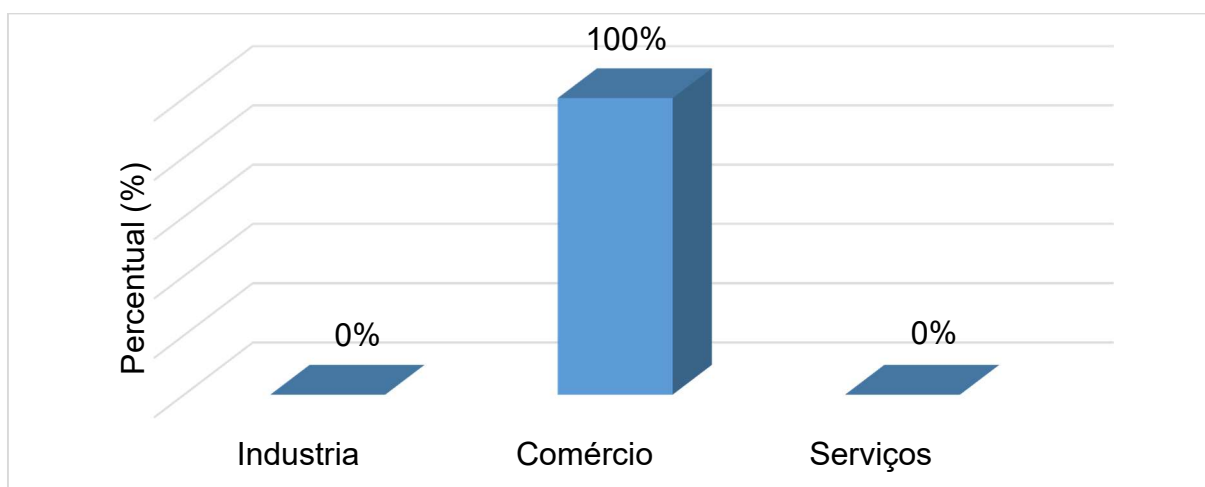
Tabela 11 - Matriz dos estabelecimentos das empresas do Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Alugada	27	77,14
Própria	8	22,86
Domiciliar	0	0,00
Total	35	100,00

Fonte: Autoria própria (2019)

Podemos notar no Gráfico 12, que em todos os empreendimentos do centro de Mossoró – RN onde foram aplicados os questionários são do setor de comercio, não foi possível identificar nem uma indústria ou mesmo empreendimentos do ramo de serviços.

Gráfico 12 - Distribuição por ramo de atividades dos empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

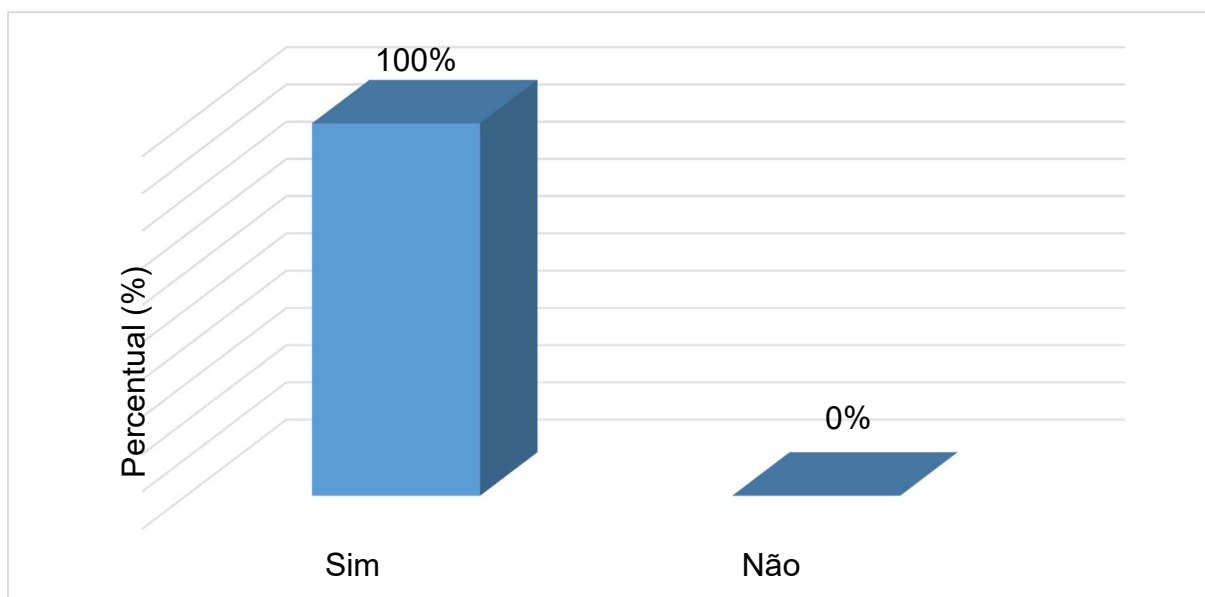
Tabela 12 - Distribuição por ramo de atividades dos empreendedores do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Porcentagem (%)
Industria	0	0
Comércio	35	100
Serviços	0	0
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Como podemos notar no gráfico 12 e na tabela 12, que 100% dos empreendimentos do centro Mossoró - RN são registrados, fato este que não surpreende. Pois é um local já bem desenvolvido, tendo que tomar todas as medidas legais para garantir o pleno funcionamento do estabelecimento e garantir os direitos dos funcionários e do empreendimento, e como muitos falaram, se não fossem registrados nem estariam no local.

Gráfico 13 - Distribuição de acordo com empreendimentos registrados do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

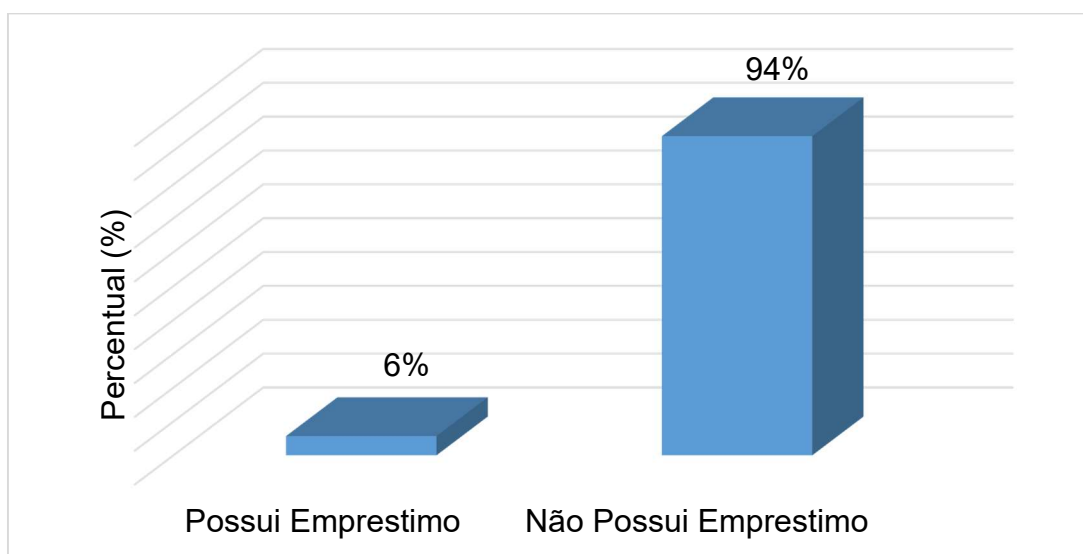
Tabela 13 - Distribuição de acordo com empreendimentos registrados do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Sim	35	100%
Não	0	0%
Total	35	100%

Fonte: Autoria própria (2019)

Conforme o Gráfico 13, podemos notar que muitas empresas não possuem empréstimos público, cerca de 94%. Podemos notar que nem todas os empreendedores tem a coragem de fazer empréstimos públicos, os empreendedores estão cada vez mais se preocupando com o controle financeiro de sua empresa, fato este, que pode afetar a questão de possíveis investimentos, expansão e crescimento das empresas. Muitos têm a preocupação de não conseguir pagar os empréstimos, ou mesmo acham um absurdo a forma de juros aplicada, Apenas 6% possui algum tipo de empréstimo público.

Gráfico 14 - Número de empresas que possuem empréstimo público no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

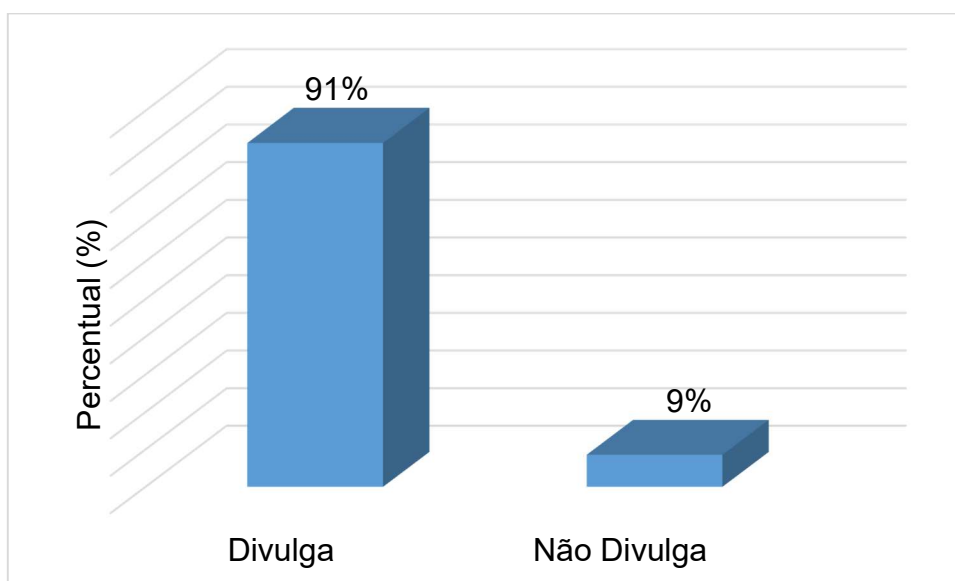
Tabela 14 - Número de empresas que possuem empréstimo público no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Porcentagem (%)
Possui Empréstimo	2	6
Não Possui Empréstimo	33	94
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Analisando o Gráfico 15, observaremos como são feitas as divulgações das empresas no município de Mossoró - RN. A maior parte dos entrevistados afirmaram que sempre estão divulgando suas empresas de alguma maneira são estes 91% do montante, em seguida com apenas 9% dos entrevistados responderam que não fazem divulgações.

Gráfico 15 – Distribuição dos empreendimentos quanto a sua divulgação comercial no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

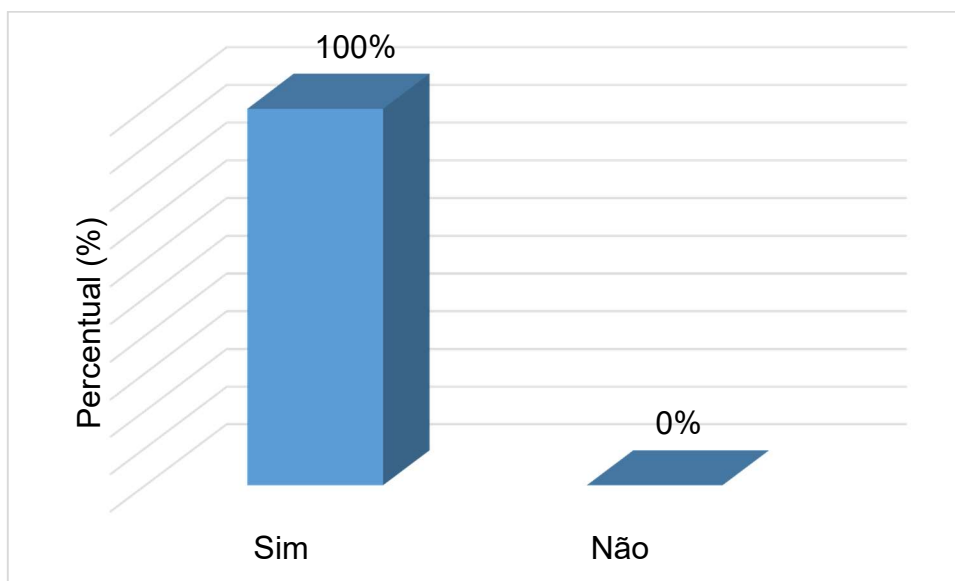
Tabela 15 - Distribuição dos empreendimentos quanto a sua divulgação comercial no Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Divulga	32	91
Não divulga	3	9
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Quando se perguntou se existia o uso de algum tipo de tecnologia em seus empreendimentos 100% dos entrevistados confirmaram a utilização de algum tipo de tecnologia como computadores, máquina de cartão de crédito, smartphones, entre outros, não foi possível durante essa pesquisa encontrar algum estabelecimento que não utilizasse algum tipo de tecnologia.

Gráfico 16 - Uso de tecnologia nos empreendimentos no Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

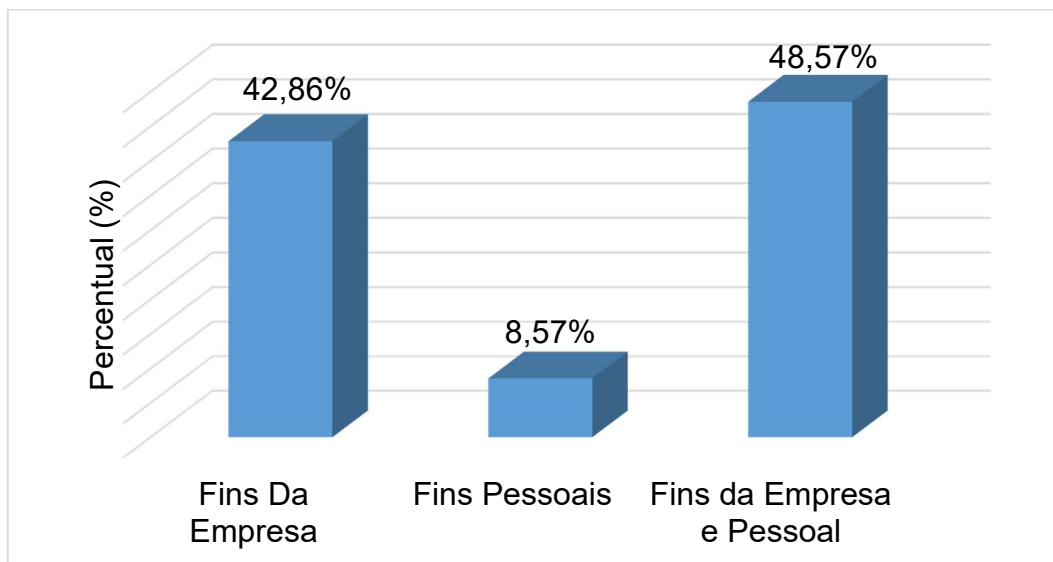
Tabela 16 - Uso de tecnologia nos empreendimentos no Centro comercial-região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Sim	35	100
Não	0	0
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Ao analisarmos o gráfico 16, que obteve um percentual de 100% de confirmação de uso de algum tipo de tecnologia. Veremos no gráfico 17 os fins de utilização dessa tecnologia, cerca de 48,57% dos entrevistados afirmou usar a tecnologia para fins da empresa e pessoal, 42,86% do total afirmou usar apenas para fins da empresa, e apenas 8,57% utiliza meios de tecnologia apenas para fins pessoais.

Gráfico 17 - Finalidade de uso de tecnologia nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

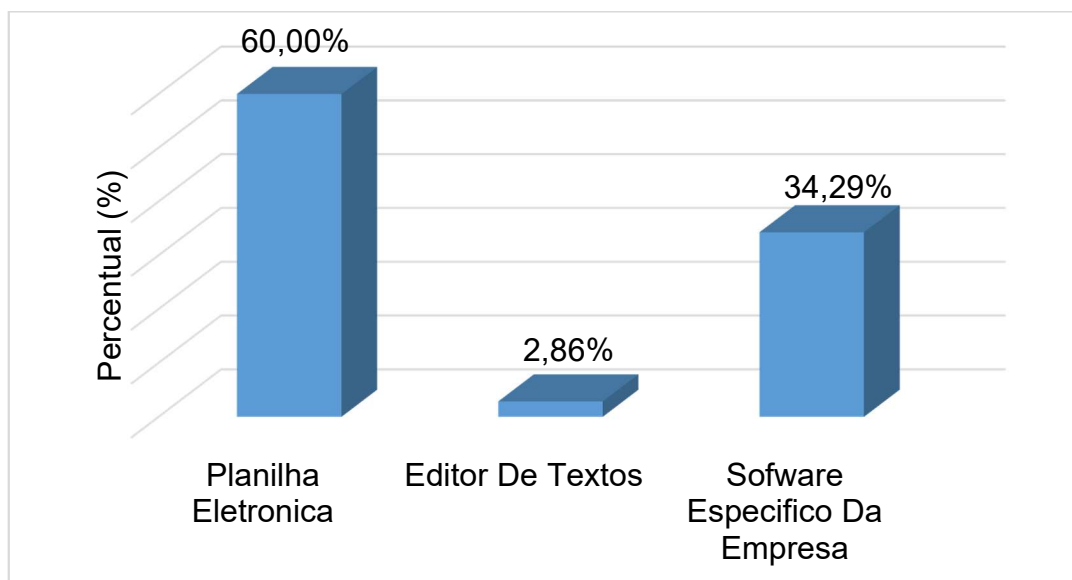
Tabela 17 - Finalidade de uso de tecnologia nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Fins Da Empresa	15	42,86
Fins Pessoais	3	8,57
Fins da Empresa e Pessoal	17	48,57
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Este tópico, relaciona qual aplicativo utilizado por aqueles que usam tecnologias em suas empresas. Analisou-se que 34,29% utilizam software específico para empresa, aos que faziam a utilização de outros aplicativos e editores de texto ficou com 2,86% cada, já a planilha eletrônica ficou com 60%.

Gráfico 18 – Quais aplicativos são usados nas tecnologias existentes nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

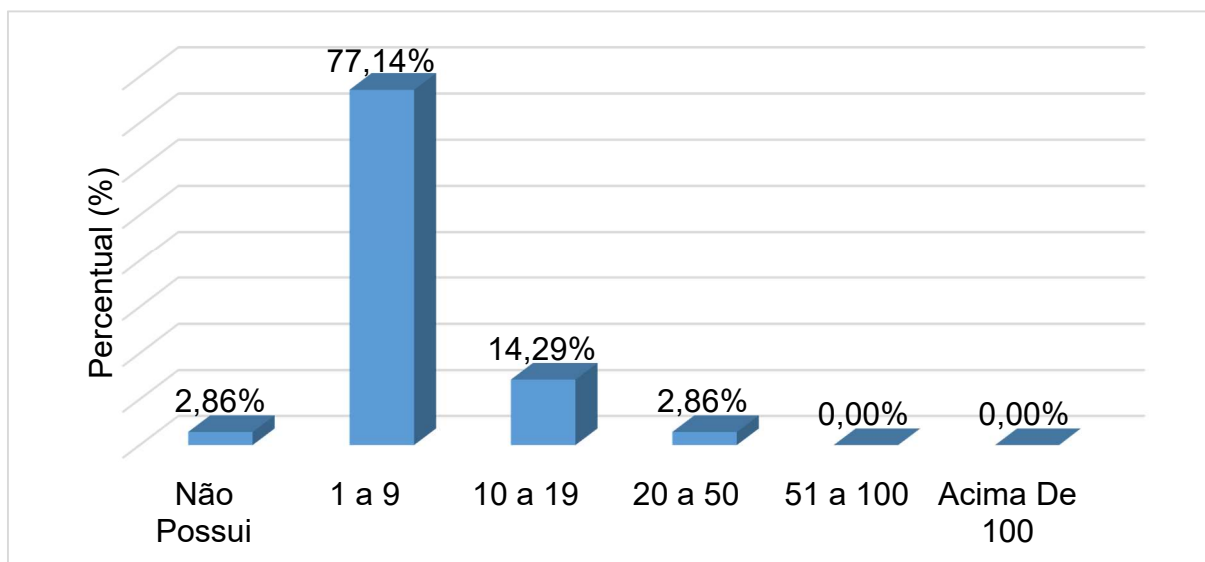
Tabela 18 - Quais aplicativos são usados nas tecnologias existentes nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Percentual (%)
Planilha Eletrônica	21	60
Editor De Textos	1	2,86
Software Especifico Da Empresa	12	34,29
Outros	1	2,86
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

Analisando o Gráfico 19, podemos observar que grande parte dos empreendimentos do centro de Mossoró – RN, possuem entre 1 e 9 funcionários, mais precisamente 77,14%, e verificou-se que 14,29% das empresas possuem de 10 a 19 funcionários, os que possuem de 20 a 50 funcionários e os que não tem nem um funcionário ficaram com 2,86% cada.

Gráfico 19 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró



Fonte: Autoria própria (2019)

Tabela 19 - Distribuição por quantidade de funcionários nos empreendimentos do Centro comercial- região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Resposta	Quantidade	Porcentagem (%)
Não possui	1	2,86
1 a 9	27	77,14
10 a 19	5	14,29
20 a 50	1	2,86
51 a 100	0	0,
Acima De 100	0	0
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

**Tabela 20 - Tabela Dos Empreendimentos Do Centro Comercial- Região
240800305000108 IBGE De Mossoró**

Tipo De Negócio	Quantidade	Percentual (%)
Bombonière	2	5,71
Ótica	8	22,86
Loja de Calçados	4	11,43
Livraria	1	2,86
Loja de Confecção	4	11,43
Farmácia	6	17,14
Loja De Produtos Infantil	2	5,71
Loja de Equipamentos De Áudio	1	2,86
Confeitaria	1	2,86
Loja Material De Construção	2	5,71
Lanchonete e Restaurante	1	2,86
Loja De Importados	1	2,86
Loja De Celulares	1	2,86
Loja De Produtos De Beleza	1	2,86
Total	35	100

Fonte: Autoria própria (2019)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos notar que 100% dos empreendimentos são registrados, fato este de muitas vantagens para todos os envolvidos, como por exemplo funcionários e sócios podem recolher valores relativos a direitos trabalhistas e tributários, O registro permite a regularização do número de CNPJ da empresa, Melhor relacionamento com fornecedores, mais crédito disponível no mercado, Possibilidade de participação em licitações e essas são apenas algumas das vantagens de se ter uma empresa 100% regularizada.

A área de maior atividade no centro de Mossoró-RN é o comércio, a maioria dos empreendedores são do sexo feminino contrariando algumas estatísticas, não podemos deixar de lembrar a grande participação masculina, sendo esses empreendedores com faixa etária predominante entre 21 a 30 anos de idade, Com grande maioria dos empreendedores apenas com o ensino médio concluído.

Já a divulgação dos empreendimentos é pouco variada, existem aqueles que utilizam meios convencionais como mídias sociais, havendo também alguns que usam outros tipos de divulgações como carro de som parado na frente do empreendimento, faixas entre outros.

Podemos observar que a grande parte dos empreendimentos no centro de Mossoró - RN se caracterizam em microempresas obtendo um número 1 a 9 em relação a quantidade de funcionário, mas também foi possível encontrar mesmo que em menor número alguns empreendedores individuais

94% dos empreendedores não tem empréstimos públicos, alguns não tiveram essa necessidade, já outros tem receio de ter tal compromisso ou mesmo não gostam da forma de juros aplicada, isso pode afetar o desenvolvimento do mercado proporcionando muitas vezes um enfraquecimento do mercado pois os empreendedores ficam restritos aos gastos mensais, apenas 6% possui algum tipo de empréstimo público.

Em 89% dos empreendimentos são de caráter privado, havendo ainda 11% de empreendimentos de caráter de rede, onde todas elas utilizam tecnologias, isto significa uma forte evolução na administração desses empreendimentos.

Foi observado que 77% dos estabelecimentos são alugados, havendo 23% de estabelecimentos próprios e não havendo nenhum empreendimento domiciliar.

6 REFERÊNCIAS

A ORIGEM DO COMÉRCIO EM MOSSORÓ, **O Mossoróense**, 24 de outubro de 2015. Disponível em: < <http://www.omossoroense.com.br/a-origem-do-comercio-em-mossoro/>>. Acessado em: 19 de fevereiro de 2019.

BACK, Luciane. Economia mundial após a globalização. **Monografias brasil escola**. Disponível em: < <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/economia-mundial-apos-globalizacao.htm>>. Acesso em: 22 novembro 2018.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BARRETO, Luiz Pondé. Educação para o empreendedorismo. **Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador**, 1998.

BATISTA, Manoel Messias. Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças. **Administradores**, 27 de junho de 2005. Disponível em: < <https://www.administradores.com.br/artigos/negocios/tipos-de-empreendedorismo-semelhanças-e-diferenças/10993/>>. Acessado em: 04 janeiro 2019.

BOAVA, Diego Luiz Teixeira; MACEDO, Fernanda Maria Felício. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. **Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Salvador, BA, Brasil**, v. 30, 2006

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. **Revista de negócios**, v. 9, n. 2, 2007. Disponível em: < <http://gorila.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/289> >. Acessado em 06 janeiro 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. Planejando incubadoras de empresas. **Rio de janeiro: Campus**, 2002. Disponível em:< https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39711347/planejando_incubadoras.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1548338224&Signature=F1HetOmxNag0TT6fMcsWbV4g8Dg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPlanejando_incubadoras.pdf >. Acessado em: 24 janeiro de 2019.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**. Elsevier Brasil, 2009. Disponível em:< <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=U8fVrwpeCu4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=jos%C3%A9+carlos+assis+dornelas&ots=f0x0pyNbQj&sig=DRIn4marcili7YpLw4AYRcQqbqg#v=onepage&q=jos%C3%A9%20carlos%20assis%20dornelas&f=false>>. Acessado em: 04 janeiro de 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008. Disponível em:< https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oKlayz7rBVIC&oi=fnd&pg=PA1&dq=A+palavra+empreendedorismo+foi+utilizada+pelo+economista+Joseph+Schumpeter+em+1950&ots=PJzLLc-bvN&sig=41KHbdW_pPgATILi9LYF0u8sL84#v=onepage&q&f=false>. Acessado em: 03 janeiro 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008. Disponível em: < https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=jose+carlos+dornelasempreendedorismo+transformando+indias+em+negocios&btnG >. Acessado em: 03 janeiro 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oKlayz7rBVIC&oi=fnd&pg=PA1&ots=PJzNH0bzL&sig=0SAqLXbeYSpVEaUQH4cJA4DKGxM#v=onepage&q&f=false> >. Acessado em: 08 janeiro 2019.

LEGNAIOLI, Stella. O que é empreendedorismo social? **Ecycle**. Disponível em: < <https://www.ecycle.com.br/6518-empreendedorismo-social.html> >. Acesso em 06 janeiro de 2019.

MORAES, RINALDO RIBEIRO et al. Empreendedorismo Start up: um estudo de caso em uma empresa de tecnologia no Estado do Pará. **Simpósio de Excelência em Gestão e tecnologia**, 2012. Disponível em: < <http://cont.aedb.br/seget/artigos12/30616273.pdf> >. Acessado em 08 janeiro 2019.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios—notas introdutórias. **Revista da FAE**, v. 7, n. 2, 2004. Disponível em <<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/416/299>>. Acessado em: 06 janeiro de 2019.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios—notas introdutórias. **Revista da FAE**, v. 7, n. 2, 2004. Disponível em: < <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/416> >. Acessado em: 29 janeiro de 2019.

PARENTE, Cristina et al. Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. 2011. Disponível em: < <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/61185/2/cparenteempreendedorismo000151867.pdf> >. Acessado em 07 janeiro de 2019.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil**. 2011. (coleção estudos e pesquisas). Disponível em:< [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/\\$File/NT00046582.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf) >. Acesso em: 07 novembro de 2018.

SEBRAE – serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. **Lei geral das micro e pequenas empresas**. 2019. Disponível em:< <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> >. Acesso em: 22 janeiro de 19

ANEXOS A

Questionário Aplicado Para Verificar Os Empreendimentos E A Análise Do Perfil Dos Empreendedores Do Centro Comercial- Região 240800305000108 IBGE De Mossoró

Data: ____/____/____

NOME DA EMPRESA:

—

NOME DO RESPONDENTE: _____

E-MAIL: _____

SEXO:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

FAIXA ETÁRIA (anos):

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

ESCOLARIDADE:

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

QUANDO INICIOU O NEGÓCIO?

IDADE DA EMPRESA _____

Data de fundação ____/____/____

—

RAMO:

- ☐ Indústria
- ☐ Comércio
- ☐ Serviços

TIPO DE NEGÓCIO:

—

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

GERÊNCIA/PROPRIETÁRIO:

—

REGISTRADA junto a RECEITA FEDERAL , JUCERN ou FIERN:

- ☐ Sim (Quais registros?)
- ☐ Não

POSSUI EMPRÉSTIMO PÚBLICO:

- ☐ Sim
- ☐ Não

QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS:

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

PORTE DA EMPRESA:

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

USO DE TECNOLOGIA:

- ☐ Sim
- ☐ Não

Usa Para Qual Fim:

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

Que Aplicativo Usa:

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

COMO DIVULGA A EMPRESA:

- ☐ Não divulga

- Redes Sociais
 - ✓ (Quais? Instagram (), Facebook (), Twitter (), Whatsapp ())
- Site próprio
- Tradicionais
 - ✓ (quais? Jornais (), rádio (), panfletos () ou carro de som())

CARATER:

- Associação
- Cooperativa
- Rede
- Privada

USO DO ESTABELECIMENTO:

- Alugada
- Própria
- Domiciliar

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

- Sim
- Não

COMO SURTIU A IDEIA DE MONTAR A EMPRESA?

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

O EMPREENDEDOR POSSUI OUTROS NEGÓCIOS ALÉM DESTE?

- Sim
- Não

ESTA É SUA ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR?

- Sim
- Não

QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS NA TUA EMPRESA?
