



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

CARLOS JORGE BEZERRA FRANÇA

**UMA ANÁLISE DOS EMPREENDEDORES E EMPREENDIMENTOS COMERCIAIS
DO CENTRO DA CIDADE DE MOSSORÓ-RN**

ANGICOS/RN

2019

CARLOS JORGE BEZERRA FRANÇA

**UMA ANÁLISE DOS EMPREENDEDORES E EMPREENDIMENTOS COMERCIAIS
DO CENTRO DA CIDADE DE MOSSORÓ-RN**

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

Orientador: Prof.^a Girliany Santiago
Soares – UFERSA.

ANGICOS/RN

2019

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

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

F814a FRANÇA, CARLOS JORGE.
UMA ANÁLISE E ESTUDO DOS EMPREENDEDORES E
EMPREENDIMIENTOS COMERCIAIS DO CENTRO DA CIDADE DE
MOSSORÓ-RN / CARLOS JORGE FRANÇA. - 2019.
43 f. : il.

Orientadora: Girliany Soares.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e
Tecnologia, 2019.

1. Empreendedorismo. 2. Comércio. 3. Serviço.
4. Mossoró/RN. 5. Economia. I. Soares, Girliany,
orient. II. Título.

Bibliotecário-Documentalista
Nome do profissional, Bib. Me. (CRB-15/10.000)

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

CARLOS JORGE BEZERRA FRANÇA

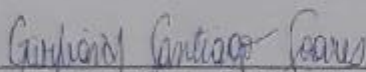
**UMA ANÁLISE DOS EMPREENDEDORES E EMPREENDIMENTOS COMERCIAIS
DO CENTRO DA CIDADE DE MOSSORÓ-RN**

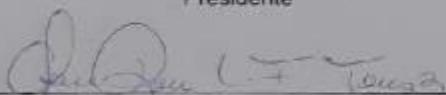
Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal Rural do Semi-Árido –
UFERSA Campus Angicos, como requisito para
obtenção do título de Bacharel em Ciência e
Tecnologia.

Orientador: Prof.^a Girliany Santiago Soares –
UFERSA

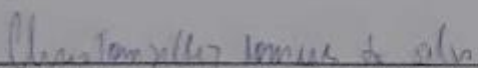
Aprovado em: 15 / 03 / 2019.

BANCA EXAMINADORA


Girliany Santiago Soares, Prof. Me. (UFERSA)
Presidente


Clarice Rejane Lima Ferreira Tomaz, Prof. Esp. em logística (FACEN e FACERN)
Membro Examinador


George Wandermont Almeida dos Santos, Prof. Me. (IFRN/Natal)
Membro Examinador


Christomysley Romeiro da Silva, Prof. Me. (IFRN/Natal)
Membro Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela vida e por todas as oportunidades. Aos meus pais Maria de Fátima Bezerra França e Luiz de França Sobrinho por todo o suporte, paciência, exemplo, amor e carinho. Sem eles eu nunca teria conseguido. Essa graduação é dedicada a eles.

Agradeço a toda minha família, em especial aos meus irmãos: Marcus Vinícius e Jean Marcel. Aos primos e tias (os que estão aqui e aos que se foram), por todo apoio e carinho.

Agradeço a minha amiga, companheira, parceira, cúmplice e namorada, Jéssika Idalino, por estar sempre ao meu lado, cuidando de mim, inspirando-me e fazendo o possível e o impossível pelo meu bem maior. Obrigado por existir na minha vida.

Agradeço aos muitos colegas de universidade, especialmente a Gabriela Nogueira por me ajudar em todo meu percurso acadêmico, a Adua Papini por me acompanhar nos momentos de descontração e muitos outros tão importantes que fizeram parte dessa jornada.

Agradeço aos amigos de Caicó: Saymon, Raphael, Rafael Sérgio, Rafael Gurgel, Thales Victor, Euclébio, Bruno Henrique, Júnior, Ederson e ao primo Leydson mais uma vez, por sempre me apoiarem.

Agradeço a minha estimada orientadora Girliany Santiago Soares pela paciência, conselhos, apoio, confiança e dedicação.

Agradeço a Banca Examinadora pelo tempo prestado e contribuições tão relevantes.

Por último, mas não menos importante, aos meus professores que também foram peça fundamental para essa conquista.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso tem como finalidade analisar os empreendedores e empreendimentos comerciais do centro da cidade de Mossoró/RN. Ele faz parte do projeto intitulado “Mapeamento dos empreendimentos e perfil dos empreendedores dos municípios do estado do RN” que tem como coordenador o professor Dr. Maristério da Cruz Costa, que está analisando as possibilidades de geração de emprego e renda em todos os municípios do estado do Rio Grande do Norte. Essa pesquisa coloca luz nos pontos a melhorar e nas qualidades dos empreendedores e empreendimentos, como: gênero mais comum entre os empreendedores da área estudada, sua faixa etária, nível de escolaridade predominante, se há e quais são os meios de divulgação e propaganda que os empresários utilizam e como as empresas estão enquadradas tributariamente. A pesquisa também coloca luz em como as empresas usam, quando usam, a tecnologia para auxiliar e melhorar os seus processos. Sendo que 35% dos empresários da área pesquisada do centro de Mossoró não utilizam nenhum tipo de meio tecnológico em suas empresas os impossibilitando, em muitos casos, manterem os seus produtos ou serviços competitivos. Essa pesquisa evidencia as dificuldades que os empresários dizem ter que lidar em seus empreendimentos, sendo a principal delas, a crise econômica, seguida de impostos elevados e concorrência.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Comércio; Serviço; Mossoró/RN; Economia.

ABSTRACT

The present work of conclusion of course has the purpose to analyze the entrepreneurs and commercial enterprises of the center of the city of Mossoró / RN. It is part of the project entitled "Mapping of entrepreneurship and profile of entrepreneurs of the municipalities of the state of Rio Grande do Norte", coordinated by Professor Maristélio da Cruz Costa, who is analyzing the possibilities of employment and income generation in all state of Rio Grande do Norte. This research places light on the points to be improved and on the qualities of entrepreneurs and entrepreneurs, such as: the most common gender among the entrepreneurs in the area studied, their age group, the predominant level of education, if there are and what are the means of entrepreneurs use and how companies are taxed. The survey also sheds light on how companies use, when they use it, technology to aid and improve their processes. Being that 35% of the businessmen of the researched area of the center of Mossoró do not use any type of technological means in their companies, making it impossible, in many cases, to maintain their products or services competitive. This research highlights the difficulties that entrepreneurs say they have to deal with in their ventures, the main one being the economic crisis, followed by high taxes and competition.

Key words: Entrepreneurship; Commerce; Service; Mossoró/RN; Economy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa da área pesquisada.....	14
Figura 2 - Localização do município de Mossoró no mapa do estado do Rio Grande do Norte.....	24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Tempo de atividade das empresas entrevistadas.....	27
Gráfico 2 - Tipo de negócio das empresas entrevistadas	28
Gráfico 3 - Meios de propaganda usada pelas empresas entrevistadas.....	30
Gráfico 4 - O que originou o negócio das empresas entrevistadas.	32
Gráfico 5 - As principais dificuldades que os empresários alegam enfrentar.	33

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	ORIGEM DO EMPREENDEDORISMO E SEU PERCURSO HISTÓRICO	15
2.2	CONCEITUANDO O EMPREENDEDORISMO	17
2.3	EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	18
3	O EMPREENDEDORISMO NO MUNICÍPIO DE MOSSORÓ/RN	24
3.1	CARACTERIZANDO O MUNICÍPIO DE MOSSORÓ	24
3.2	O PERFIL DE EMPREENDIMENTO E EMPREENDEDORES NO MUNICÍPIO DE MOSSORÓ/RN	26
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
	BIBLIOGRAFIA	36
	ANEXO A.....	39

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem o intuito de analisar o perfil dos empreendedores e os empreendimentos do centro da cidade de Mossoró - RN, tendo em vista o cenário econômico do Estado, bem como a contextualização do mesmo.

O tema empreendedorismo se torna protagonista nessa análise, pois, é através das suas premissas e espírito, o que torna possível a concepção e a condução dos tipos de negócio, desde os primórdios até os dias de hoje.

O Barão de Mauá foi um dos pioneiros em empreendedorismo de destaque no Brasil. Com descendência direta de portugueses que conquistaram o Brasil, o Barão conseguiu empreender rapidamente, fabricando caldeiras de máquinas a vapor, engenhos de açúcar, prensas e encanamentos dentre outros. Todo esse trabalho levado nas costas por meio de mão de obra escrava (ERICO ROCHA, 2018).

Nos dias de hoje, ao observamos a quantidade de organizações que são abertas a cada ano no Brasil, o desenvolvimento do empreendedorismo é cada vez mais nítido, sejam empresas fornecedoras de bens duráveis ou de consumo, ou empresas prestadoras de serviço. A falta de informação se torna um problema que, muitas vezes, é o grande vilão e contribui para o fracasso dessas organizações. O empreendedorismo surgiu de uma aposta audaciosa que o mercador Marco Polo decidiu fazer ao negociar suas mercadorias com um capitalista. Nos dias de hoje, ainda existem riscos, mesmo em um novo cenário de globalização onde as transações são bem mais rápidas (BRITO; PEREIRA; LINARD, 2013).

O Brasil, neste cenário de crise, mesmo apresentando poucas oportunidades de emprego, deixa uma janela aberta para o empreendedorismo, com a grande procura das pessoas em empreender e com a falta de informação que as mesmas apresentam na forma de empreenderem, surgem vários problemas. Por meio das informações coletadas podemos criar meios para minimizar esses problemas.

Hodiernamente tornou-se comum abrir e fechar empreendimentos no Brasil. Segundo (ZOGBI, 2017), um terço das empresas fecham em 2 anos no Brasil e alguns dos fatores responsáveis pela continuidade ou não dos novos negócios são o quão bem feito foi o planejamento na abertura do negócio, a gestão do negócio e até o nível de capacitação dos donos em gestão empresarial.

Ao constituir a empresa, boa parte dos empreendedores não levanta informações importantes sobre o mercado como clientes, concorrente e fornecedores, e mais da metade não realiza o planejamento estratégico antes do início das atividades do estabelecimento, o que pode ser prejudicial ao negócio, expondo a empresa a diversos fatores adversos que são potencialmente nocivos a sua saúde (SEBRAE-SP, 2017).

Com uma taxa de desemprego de 13,1% no primeiro trimestre de 2018 (IBGE, 2018), os brasileiros encontram no empreendedorismo uma grande oportunidade, ou seja, o mesmo se torna uma alternativa, uma forma dos brasileiros se sentirem e serem independentes. Entretanto, empreender não é uma tarefa nada simples, precisando de muito estudo de mercado, para assim se conhecer quais as necessidades e exigências que devemos cumprir para que um empreendimento chegue a florescer e produzir seus frutos com total estabilidade.

É nesse sentido, que temos como objetivo investigar os tipos de empreendimentos no centro da cidade de Mossoró-RN. Esse estudo é parte de uma pesquisa que está sendo realizada em todas as 167 cidades do Estado, intitulada “MAPEAMENTO DOS EMPREENDIMENTOS E PERFIL DOS EMPREENDEDORES DOS MUNICIPIOS DO ESTADO DO RN” que tem como objetivo estudar o perfil dos empreendimentos e empreendedores do estado. Dentre a amostra dos municípios do Rio Grande do Norte, O lócus dessa pesquisa é a cidade de Mossoró, por ser considerada a segunda maior do estado, por razões logísticas e financeiras, se fez necessário dividi-la por setores, onde os demais discentes realizarão as pesquisas dos setores restantes para se obter o resultado estatisticamente correto para a cidade.

A finalidade da pesquisa é analisar as possibilidades de geração de emprego e renda em todos os municípios do estado do Rio Grande do Norte, o que nos motiva a nos aprofundarmos em estudos que evidenciem descobertas a respeito da seguinte questão de pesquisa:

- Qual o perfil dos empreendedores da cidade de Mossoró/RN?

Com a intenção de encontrar respostas a essa problemática, temos como objetivo geral:

- Analisar os empreendimentos e os empreendedores do centro da cidade de Mossoró/RN para designar o perfil de empreendedorismo do município.

Embasados neste objetivo geral, promove-se os seguintes objetivos específicos:

- Realizar pesquisa de campo para obtenção dos dados necessários;
- Verificar quais as maiores dificuldades encontradas pelos empresários;
- Apurar a perspectiva de melhoria dos estabelecimentos por parte dos empresários.

No intuito de obter um resultado claro e objetivo para o projeto, foram feitas revisões bibliográficas, análises documentais e uma pesquisa de campo em algumas ruas do centro da cidade de Mossoró/RN (Figura 1) no mês de dezembro de 2018.

A cidade de Mossoró está localizada na região Nordeste do Brasil, fazendo parte da mesorregião do Oeste Potiguar e à microrregião homônima. A cidade, segundo o IBGE (2010), possui aproximadamente 259.815 habitantes, sendo a segunda mais populosa do Estado, ficando a 278 km da capital do Estado, Natal. Com uma área total de 2.099,333 km², o município se torna o maior do Rio Grande do Norte em dimensão territorial. O município possui um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) de 0,720 e se encontra no Semiárido nordestino, com um clima predominantemente quente e seco.

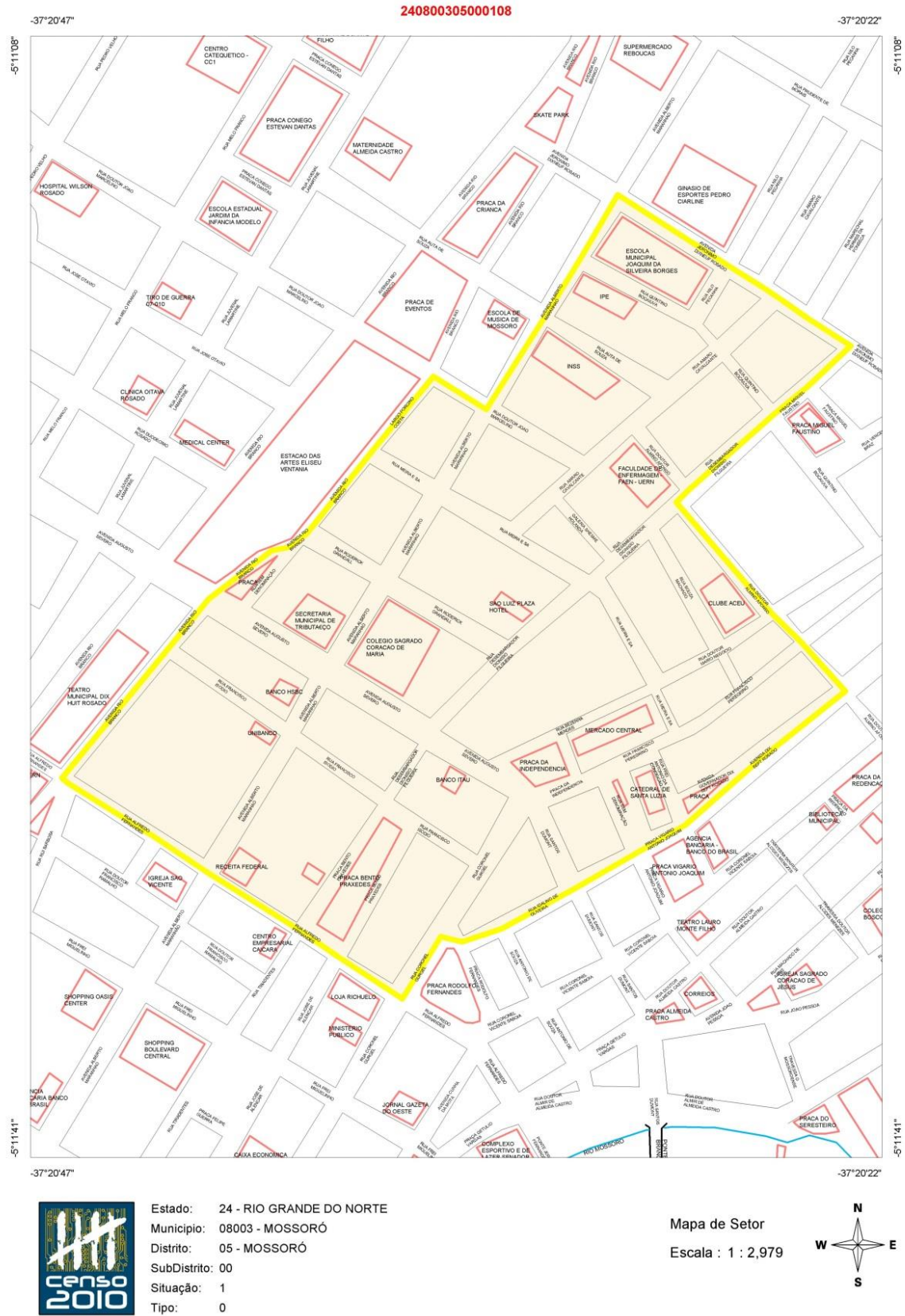
Segundo Soares (2018), com a produção de petróleo em terra (continental) se tornando a base da economia do município desde a metade dos anos 80, diversas instalações da Petrobrás foram criadas. Em paralelo a isso, o município também é detentor de uma ampla área plantada com fruticultura irrigada, sendo o comércio de exportação o seu foco. A presença de atividades econômicas de tamanha importância fez de Mossoró o segundo maior produto interno bruto (PIB) do Rio Grande do Norte.

A aplicação do questionário foi feita em 40 empresas de diversas áreas da cidade de Mossoró/RN, abrangendo os setores da indústria, comércio e prestação de serviço, com a finalidade de compreender o perfil das empresas atuantes na cidade. Com a conclusão da pesquisa, os dados alimentaram planilhas no software Microsoft Office Excel® para a obtenção dos gráficos através da manipulação dos mesmos. Em posse desses dados estatísticos, foi possível analisar e identificar o perfil dos empreendedores da cidade de Mossoró/RN.

Através dessas informações, comparações foram feitas no intuito de desenvolver um diagnóstico para localizar soluções de fácil obtenção para que haja

uma participação de forma economicamente mais ativa, na região, pelos empresários.

Figura 1 - Mapa da área pesquisada.



2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ORIGEM DO EMPREENDEDORISMO E SEU PERCURSO HISTÓRICO

Já nos primórdios da civilização, considerando a evolução do ser humano, é possível afirmar que o homem primitivo já demonstrava características empreendedoras à medida que necessitava, para garantir a sua sobrevivência, ser inovador na construção de vários instrumentos visando facilitar a caçada de suas presas.

De acordo com Dolabela (2008), o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde a primeira ação humana de inovação, com o intuito de aprimorar as relações do homem com o seu semelhante e com a natureza.

A palavra “empreendedorismo” vem da palavra “empreendedor”, que, essa última, nasceu do francês *entrepreneur*, na qual significa “pessoa que assume riscos”. O termo “empreendedorismo” foi usado pela primeira vez por volta do ano 1725, pouco depois da época dos descobrimentos. Com o passar do tempo, os portugueses empreenderam na Europa com os nossos recursos, sendo utilizado por nós apenas o que sobrou.

De acordo com o SEBRAE (2007), Marco Polo pode ser considerado como o primeiro exemplo de empreendedor intermediário, na tentativa de criar rotas comerciais para o Extremo Oriente.

Marco Polo, na posição de intermediário, adquiria o papel de empreendedor, assinando um contrato como um homem de recursos, onde o indivíduo capitalista investia e assumia riscos mais brandos, na medida em que Marco corria os riscos mais altos, como os de integridade física e psicológicos.

Ainda de acordo com o SEBRAE (2007), na Idade Média, a expressão “empreendedor” era usada para caracterizar não só os participantes, mas também um administrador de importantes projetos de produção.

Era um tempo em que os empreendedores não realizavam negócios arriscados, pois desempenhavam seu trabalho através de recursos, na maioria das vezes, providos pelo governo. Na Idade Média, os clérigos podem ser considerados como exemplo de empreendedores, pois eram incumbidos desenvolver obras de arquitetura.

Os europeus, durante o século XVI, se lançaram ao mundo, fazendo com que esse período ficasse conhecido como o das grandes navegações. Desbravadores da Holanda, Inglaterra, Portugal e Espanha foram os grandes responsáveis por essa conquista, levando suas visões e ações de empreendedorismo aos quatro cantos do mundo.

O trabalho humano evoluiu de maneira tão eficaz e inteligente que ocasionou o surgimento do mercantilismo, para escoar o crescente estoque proveniente da produção de mercadorias e alimentos, tornando-se o mesmo o embrião de todo o conhecimento que se tem atualmente sobre empreendedorismo.

Já no século XVII, era considerado empreendedor aquele que fechava contrato com o governo para prover serviços ou produtos determinados, sendo toda a lucratividade da transação assumida pelo empreendedor, assim como os prejuízos.

Richard Cantillon, também nesse século, foi um dos pioneiros a produzir uma teoria sobre o empreendedorismo, sendo visto por muitos como o idealizador do termo. Segundo o SEBRAE (2007), ele identificou no empreendedor uma indivíduo que corria riscos, notando que os donos de comércio, proprietários de fazenda, artesãos e demais proprietários individuais efetuam compras a preços pré-determinados e vendem a preços incertos, ou seja, operando de maneira arriscada.

De acordo com o Eu Sou Empreendedor (2018), no Século XVIII eis que surge uma nova relação entre assumir riscos e o empreendedorismo. Em decorrência do conceito de industrialização que se disseminou por todo o globo terrestre, levado pela Primeira Revolução Industrial que havia ocorrido em toda Grã-Bretanha.

Ainda de acordo com Eu Sou Empreendedor (2018), nos séculos XIX e XX, a industrialização no mundo encontrou seu ápice. Nesta época, as ações dos empreendedores englobavam organização e controle, fazendo com que houvesse uma confusão sobre suas atribuições com as de empresários e administradores.

Os empreendedores eram vistos apenas da perspectiva econômica, como os responsáveis pela organização da empresa, fazer o pagamento dos empregados, fazer o planejamento e controle das ações aplicadas na empresa. Mas exclusivamente sob as asas do capitalismo.

2.2 CONCEITUANDO O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é a capacidade que um indivíduo tem de aplicar ideias inovadoras no mercado com o intuito de promover a venda de produtos e serviços em forma de empreendimento. Por outro lado, existe o risco de ideias inovadoras não serem aceitas pelo mercado, cabendo ao empreendedor mensurar e gerir esses riscos ao desafiar as incertezas.

Em detrimento às mudanças ocorridas na área econômica mundial, a definição de empreendedor evoluiu com o passar do tempo, tornando-se mais complexa. Desde seu início na idade média, o indivíduo que administrava grandes projetos de produção era chamado de empreendedor, porém esta pessoa utilizava os recursos fornecidos usualmente pelo governo do país.

Hoje, o empreendedorismo é considerado um fenômeno global, dada a sua força e crescimento, nas relações internacionais e formação profissional (BISPO et al., 2016).

De acordo com o SEBRAE (2007), no empreendedorismo possibilita uma grande oportunidade de realização pessoal, podendo unificar prazer e trabalho, tornando esta a maior vantagem do mesmo, devido o estímulo que promove nas pessoas de inovar, criando algo diferente do que já foi feito por outros, ou seja, a essência do empreendedorismo está em fazer as coisas que usualmente não são feitas quando se trata de negócios.

O empreendedorismo é responsabilizado diretamente pela produção das riquezas de um país. Sendo de valor inestimável para o crescimento da economia, pois novas vagas de emprego surgem da criação de mais empresas. Além do que, as empresas podem gerar um conjunto de valores que impactam no âmbito social, sendo as ações de responsabilidade social um bom exemplo. (CARVALHO, 2013).

De acordo com Longenecker; Moore; Petty (2004), o empreendedor é um herói popular dos tempos modernos empresarial. Fornecendo empregos, introduzindo ações inovadoras e estimulando o crescimento da economia.

A atuação dos empreendedores vem se tornando algo cada vez mais essencial nas organizações, no momento em que essas mesmas tendem a avaliar a necessidade de um trabalho calcado na criatividade e na eficiência, viabilizando novas possibilidades, da implantação de uma postura de trabalho remodelada,

conduzindo a um centro espontâneo criativo nas empresas, criando soluções de maneira rápida, constante e funcional para as mesmas.

O empreendedorismo, através de ações de inovação, é vital as empresas, pois possibilita que as mesmas permaneçam competitivas no mercado.

2.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Conforme Dornelas (2001), o empreendedorismo no Brasil passou a tomar forma nos anos 90 com a criação de algumas entidades, como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Apesar disso, o momento político e econômico não era favorável, e o empreendedor literalmente não tinha as informações necessárias para ajudá-lo em sua empreitada no empreendedorismo.

Segundo Alfredo (2009), Irineu Evangelista de Sousa, o Barão de Mauá, se destacou dentre os homens que idealizavam e conduziam os empreendimentos mais diversificados, em sua maioria, com o uso de trabalho escravo. O Barão de Mauá descende de portugueses pioneiros no empreendedorismo, sendo ele responsável pela fabricação de caldeiras de máquinas a vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas e tubos para encanamentos de água.

No século XX não só o Barão de Mauá foi destaque no movimento empreendedor do Brasil, outras personalidades também tiveram seus nomes eternizados na história. Alfredo (2009) cita alguns desses nomes, como:

- Luiz de Queirós – desbravador do agronegócio brasileiro e grande estimulador da pesquisa científica no setor;
- Attilio Francisco Xavier Fontana – exerceu o cargo de deputado, senador e vice-governador de Santa Catarina, sendo também o criador do Grupo Sadia;
- Valentim dos Santos Diniz, que fundou a rede de supermercados Pão de Açúcar, sendo o autor da revolução do varejo com novas maneiras de atendimento ao cliente, da reformulação dos sistemas de embalagem, refrigeração, técnicas de venda, publicidade e administração, ditando padrões comportamentais e de consumo. Transformando uma pequena doceria nos anos 40, em um enorme grupo, proprietário das marcas Pão de Açúcar, Ponto Frio, Compre Bem, Extra, Sendas e Assai;

- José Ermírio de Moraes – foi o homem por trás da transformação da Sociedade Anônima Votorantim em um grande conglomerado, o Grupo Votorantim, presente em vários segmentos, como têxtil, metalurgia, siderurgia, cimento e produtos químicos. O Hospital Beneficência Portuguesa também pertence ao grupo.
- Guilherme Guinle – foi dono da Companhia Docas de Santos, da Companhia Siderúrgica Nacional, e responsável pelo primeiro poço de petróleo aberto no Brasil, em Lobato, na Bahia, além de estimular a pesquisa científica nacional através de enormes doações por meio da Fundação Gaffrée & Guinle;

O Brasil não possui apenas grandes empreendedores, existem milhares de empreendedores atuando em pequenas iniciativas que ativamente geram as riquezas do país até os dias de hoje. Mesmo com alguns progressos, o empreendedorismo no Brasil ainda está engatinhando e o apoio do Governo é um fator fundamental para o seu desenvolvimento sustentável.

No Brasil, o termo empreendedor e o termo empresário são utilizados comumente no dia-a-dia como se fossem sinônimos, entretanto há diferenças entre eles, tanto conceitual como prática.

Apesar de nem todo empreendedor ser empresário e nem todo empresário ser empreendedor, um empresário empreendedor é a combinação que mais viabiliza a possibilidade de sucesso no mundo dos negócios.

O empreendedor habitualmente tem boas ideias, não apenas na concepção da empresa, mas ao longo de toda sua operação, mantendo-a sempre renovada. Já o empresário é associado à precaução e cautela. Ele é o proprietário de uma empresa porque a construiu, adquiriu ou herdou, mas tem atuação limitada a sua administração, não modificando muito a maneira como ela está estruturada, adotando uma postura mais conservadora.

De acordo com Dornelas (2005), os empreendedores são indivíduos diferenciados, que detém motivação única, apaixonadas pelo que fazem, não se satisfazem em ser mais um dentre milhares, buscam reconhecimento e admiração, sendo uma referência para os demais e anseiam por deixar um legado.

O empreendedorismo vem sendo algo cada vez mais indispensável no comportamento e na gestão de uma empresa. No momento em que, no Brasil, a permanência em empregos formais está cada vez menor, somando-se as oscilações quase imprevisíveis nos setores industriais comerciais, a adoção do

empreendedorismo nas práticas do dia-a-dia, torna-se um fator determinante na capacidade de vencer desafios.

Um indivíduo empreendedor possui certas características determinantes que o identificam.

Segundo o SEBRAE (2007), ao observar a maneira como os empreendedores agem, pode-se identificar as seguintes características:

- Motivado pela ânsia de realizações;
- Corre riscos plausíveis;
- Tem habilidade de análise;
- Necessita de liberdade para atuar e para determinar suas metas e a maneira para atingi-las;
- Sabe onde quer chegar;
- É autoconfiante;
- Depende apenas de si próprio para agir; entretanto, sabe trabalhar em equipe;
- Sempre otimista, mas nunca perde a noção de realidade;
- Sabe ser flexível quando preciso;
- Se automotiva, mesmo em circunstâncias adversas;
- Sabe reconhecer e aprende com seus erros, assim como com os erros de outras pessoas;
- Entende o momento de recomeçar, caso necessite;
- Mantém relações interpessoais com bastante facilidade;
- É um líder que motiva e orienta seus liderados;
- Tem criatividade ao solucionar problemas;
- Sabe delegar;
- Sabe canalizar sua agressividade para a conquista de metas, a solução de problemas e o enfrentamento de dificuldades;
- Busca sempre qualidade em tudo que faz;
- Realiza seu trabalho com prazer;
- Sabe administrar seu tempo de forma eficiente;
- É independente e transmite segurança e confiança ao executar sua atividade profissional;

- Consegue viabilizar os recursos necessários para obter as informações de que precisa;
- Tem ânsia de poder, conscientemente ou não.

Segundo Maximiano (2006), essencialmente, o empreendedor é o indivíduo que é capaz de criar e conceber coisas inovadoras. Imagine qualquer indivíduo empreendedor que você conheça e logo será identificado nela à capacidade de idealizar e fazer com que as coisas aconteçam. Outros indivíduos, por outro lado, apresentam apenas espírito criativo ou apenas são naturalmente implementadoras, sem conseguir fazer uma combinação dessas duas características básicas do empreendedorismo.

O empreendedor, além de um líder, deve ser agente incentivador dos seus liderados a alcançarem as metas estipuladas, precisando determinar e criar equilíbrio nas condições de relacionamento entre os mesmos. É essencial que seja talentoso e não se acomode frente as atividades de rotina, transformando ideias simplistas em negócios concretos e eficazes.

Segundo Tranjan (2005) existem sete perfis que desmistificam a natureza basilar da grande maioria dos negócios, assim como as chances do mesmo obter sucesso ou perecer. São eles:

- 1) O guerreiro: bastante admirado pela sociedade, popularmente conhecido como “pau pra toda obra”. Não tem problemas extrapolar seus valores e princípios para conquistar seus objetivos, pois ele entende que no local de trabalho não há espaço para pensamentos filosóficos e fantasiosos, onde negócio é negócio, ponto final.
- 2) O jogador: é um empreendedor que enxerga a vitória como o único resultado possível. Ele quer ao seu lado os profissionais mais bem conceituados do mercado, mesmo que o tenha que tirar de sua concorrência.
- 3) O curioso: indo na contramão dos anteriormente citados, o curioso não enxerga o mercado como um a ser conquistado, e não como um lugar perigoso, pois entende que ali existe uma oportunidade a ser localizada.
- 4) O perito: procura ter competências úteis para o mercado através do estudo, pesquisas e preparação. Ver no mercado um lugar em que ele pode aplicar seus conhecimentos e competências.

- 5) O artista: No seu entendimento o cliente é alguém que precisa ser conquistado diariamente, sendo o mercado sua inspiração na arte de identificar as oportunidades do mesmo.
- 6) O solidário: o empreendedor que detém essa característica vê no mercado o ambiente perfeito para proporcionar serviços que ajudem pessoas necessitadas. Ganhando dinheiro na medida em que também possa fazer o bem, sendo sempre ético e íntegro, mas sabendo reconhecer a necessidade da obtenção de lucro, sem esquecer-se de seus valores.
- 7) O cultivador: Entendendo que faz parte de algo maior e acreditando está no mundo somente para algo diferente, tendo como motivação a premissa de que “primeiro se planta para depois colher”. Para ele, negócio e trabalho servem apenas para conectar as pessoas no intuito de criar um mundo melhor, sendo as questões humanas sempre mais importantes que dinheiro.

Quando guerreiros e jogadores empreendem, geralmente seus negócios tendem a apresentar problemas acarretados pela desconfiança com funcionários de baixo nível de compromisso, motivação e desempenho. Sendo esse um dos pontos negativos desses tipos de empreendedores.

Já empreendedores dos tipos curiosos, peritos e artistas tendem a valorizar a curiosidade, a capacidade criadora e o conhecimento, gerando comprometimento e confiança nas relações interpessoais nos negócios.

Os de perfil solidário e cultivador são empreendedores diferenciados que compreendem que o empreendedorismo tem como um de seus objetivos, agregar coisas inovadoras à sociedade.

O empreendedorismo, por influenciar de maneira positiva o crescimento da economia do país, deve ser uma constante permanente nas pequenas empresas, pois é por meio de empreendedores criativos e que sabem desenvolver soluções rápidas, que as empresas podem se manter competitivas no mercado.

Em empresas de pequeno porte, o empreendedor geralmente não tem a sua disposição uma equipe apropriadamente especializada. Na maioria dos casos, os gerentes apresentam comportamento generalista, não dispondo de equipes com knowhow em análise financeira, pesquisa de mercado, gerenciamento de recursos humanos, propaganda dentre outras áreas. (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004).

O fator primordial para o sucesso de pequenas empresas é a presença de um comportamento empreendedor constante, o empresário tem que saber identificar as oportunidades que se apresentam, para assim, converte-las em produtos e serviços inovadores.

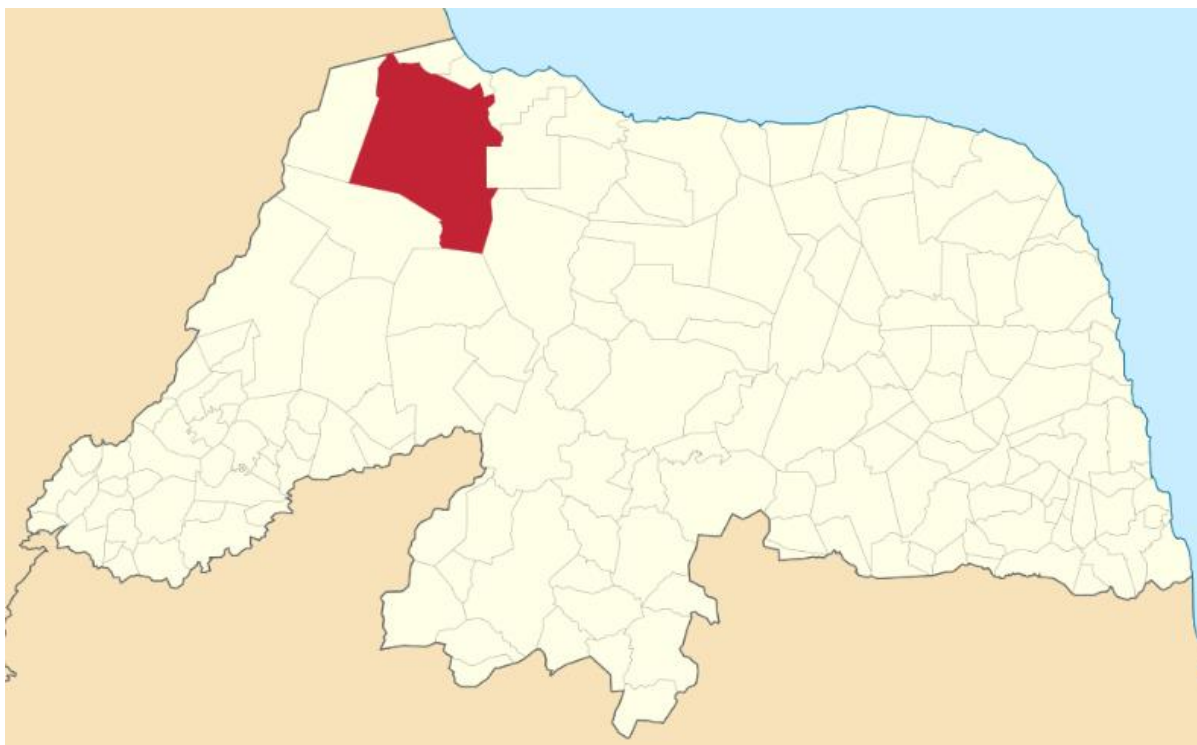
3 O EMPREENDEDORISMO NO MUNICÍPIO DE MOSSORÓ/RN

3.1 CARACTERIZANDO O MUNICÍPIO DE MOSSORÓ

Essa pesquisa foi realizada na cidade de Mossoró-RN, que é um município brasileiro localizado no estado do Rio Grande do Norte, na microrregião de Mossoró, está situado a 290 km da capital do estado, Natal. Possui aproximadamente 259.815 habitantes (de acordo com o IBGE/2010). Com a área territorial de 2.099,333 km², tem PIB per capita de R\$ 19.714,79 (segundo os dados informados pelo IBGE/2017).

Segundo Soares (2018), o município de Mossoró se encontra no Semiárido nordestino, com um clima predominantemente quente e seco, situa-se entre as capitais nordestinas Nata/RN e Fortaleza/CE, fazendo parte da mesorregião e da microrregião do Oeste potiguar.

Figura 2- Localização do município de Mossoró no mapa do estado do Rio Grande do Norte.



Fonte: Wikipédia, 2018

Ainda de acordo com Soares (2018), mesmo com os indicadores econômicos elevados, Mossoró, em comparação aos demais municípios do Rio Grande do Norte, não apresenta uma correlação direta com os indicadores da esfera social, uma vez que seu índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) é de

0,720. Além disso, o município arca com uma taxa alta de analfabetismo, sendo de 7,6%, na faixa etária de 10 a 15 anos e de 19,2% na acima de 15 anos.

De acordo com o site oficial da Prefeitura Municipal de Mossoró, há estudos do pesquisador potiguar Luiz Câmara Cascudo que indicam que as primeiras penetrações na área do que hoje é o município de Mossoró teriam ocorrido por volta de 1600.

Os primeiros habitantes da região eram os índios Monxorós. Uma das características dos índios Moxorós, que são apontados pelos historiadores como os originários da história do povo mossoroense, era o espírito guerreiro. Essa cultura da resistência acompanhou todo o desenvolvimento da nossa história. O maior exemplo deste espírito de luta verifica-se na guerra travada por estas bandas contra o mais famoso cangaceiro do Nordeste, o Lampião, que encontrou um povo lutador e acabou sendo expulso dessas terras.

Ainda segundo o site da prefeitura, o distrito de Mossoró foi criado em 27 de outubro de 1842, através da resolução provincial de número 87. Em março de 1852, o distrito foi elevado à categoria de vila. Virou cidade somente em 9 de novembro de 1870, através de lei provincial.

No decorrer da sua história, os cidadãos mossoroenses viveram momentos de pioneirismo. A cidade está entre as primeiras do Brasil a abolir a escravidão em seu território. Mossoró também teve a primeira brasileira a ter um voto feminino computado, o da mossoroense Celina Guimarães Viana em 1928. (GLOBO.COM, 2013).

Com a chegada dos primeiros poços de petróleo no final dos anos de 1970 a Mossoró, a Petrobrás passou a atuar como uma das maiores incentivadoras de uma ampla cadeia de suprimento e fonte de investimento de recursos na economia local através dos pró-labores de seus funcionários e dos produtos adquiridos na própria cidade.

No entanto, desde 2014 a empresa iniciou a desativação de muitas de suas atividades, reduzindo em perto de 20% a quantidade de empresas que faziam parte dessa cadeia. Contudo, a cidade é tida como estratégica para a economia do Rio Grande do Norte (PEDRO AUGUSTO FILGUEIRA ALBUQUERQUE, 2016).

De acordo com Globo.com (2013), hoje em dia, Mossoró detém a maior produção de sal no Brasil, empregando uma enorme quantidade de moradores do município e região. Atualmente a produção de sal é responsável por gerar, direta ou

indiretamente, o número aproximado de 50 mil empregos. Mossoró também tem no cultivo de frutas tropicais outra atividade de grande importância econômica para a região, tornando-a a maior produtora de melão do país. Ou seja, a cidade apresenta um grande potencial econômico, não somente no âmbito regional, como também no âmbito nacional.

3.2 O PERFIL DE EMPREENDIMENTO E EMPREENDEDORES NO MUNICÍPIO DE MOSSORÓ/RN

Através dos dados obtidos por meio da pesquisa feita, foi possível montar o perfil dos empreendimentos e empreendedores da cidade de Mossoró/RN. A pesquisa abrange várias características e particularidades do mercado mossoroense. A começar pela distribuição dos empreendedores por gênero, onde 52,5% são do sexo feminino e 47,5 do sexo masculino. Ao fazer uma comparação desses dados com o atual panorama dos empreendimentos pelo Brasil, nota-se que as mulheres vêm conquistando seu lugar no mercado através da criação de pequenos negócios. De acordo com dados do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) as mulheres representam 51% dos novos empreendimentos. Esse fato engrandece o país, pois demonstra o ganho de espaço das mulheres através de sua competência e espírito empreendedor.

No quesito faixa etária, a pesquisa constatou que 2,5% dos empresários tem até 20 anos de idade, 17,5% tem entre 21 e 30 anos, 25% tem entre 31 e 40 anos, 37,5% tem entre 41 e 50 anos, 12,5% tem entre 51 e 60 anos e os empresários com 61 ou mais anos de idade representam 5%. Ou seja, fica claro que a faixa etária dominante entre os empresários do centro de Mossoró se encontra entre os 31 aos 50 anos de idade, que detém 62,5% do total.

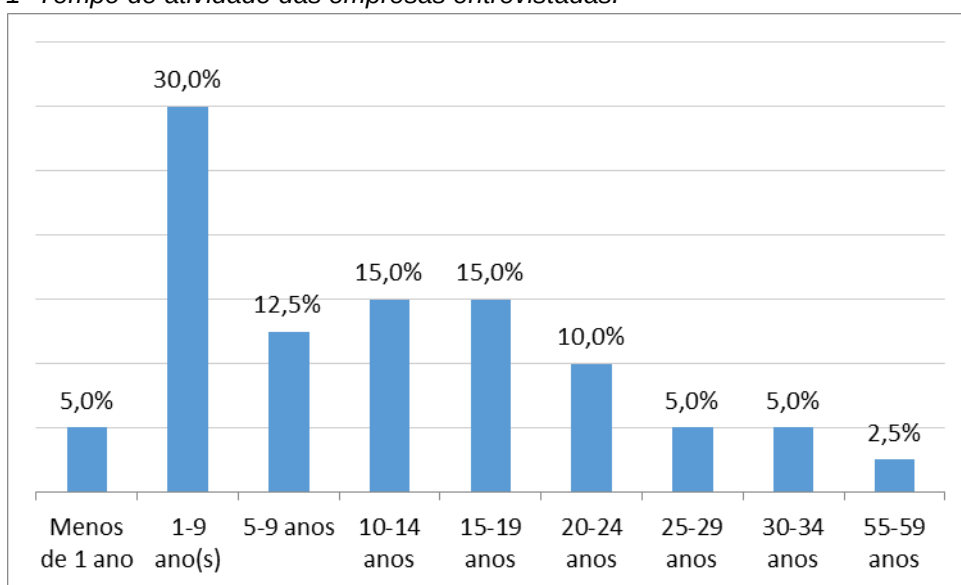
Já quanto a sua escolaridade, foi detectado que entre os empresários de Mossoró/RN, 12,5% tem o Ensino Fundamental incompleto, 2,5% não completaram o Ensino Médio, com 45% tendo-o feito, 12,5% também não concluíram o Ensino Superior, mas em contrapartida, 25% possuem o diploma de graduação e 2,5% chegando a concluir a pós-graduação. Segundo o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), proporcionalmente, as pessoas com pós-graduação são as mais engajadas em novos empreendimentos no país (22,9%). Não significando que a maior parte dos novos empreendimentos é criada por mestres e doutores, já que a expressão

desta parte da população em números absolutos é menor do que a de pessoas de níveis escolares inferiores. Apesar disso, na área analisada, nota-se que a maior porcentagem tem apenas o Ensino Médio completo, então, com o crescimento do empreendedorismo como uma atividade econômica, se faz necessário a inclusão de grades que trabalhem o empreendedorismo no ensino fundamental e médio, devido a maior parte dos empresários fazerem parte desse perfil.

Quanto à idade das empresas, a pesquisa verificou que apenas 5% das empresas foram constituídas a menos de um ano da data da entrevista, sendo a maior parcela a de empresas com idade entre 1 e 4 anos de existência, sendo 30% das analisadas. Sendo 12,5% as empresas entre 5 a 9 anos, 15% as com 10 a 14 anos, assim como as entre 15 a 19 anos, 10% as com 20 a 24 anos e 2,5% as empresas com idade entre 55 a 59 anos.

Segundo o Site UOL, 48% das empresas constituídas no Brasil, fecham suas portas em três anos. Tendo com uns dos principais motivos de fechamento das empresas a ausência de planejamento e a gestão descontrolada. Cenário esse, condizente com os dados apurados na pesquisa no centro de Mossoró, como pode ser visto no Gráfico 1:

Gráfico 1- Tempo de atividade das empresas entrevistadas.



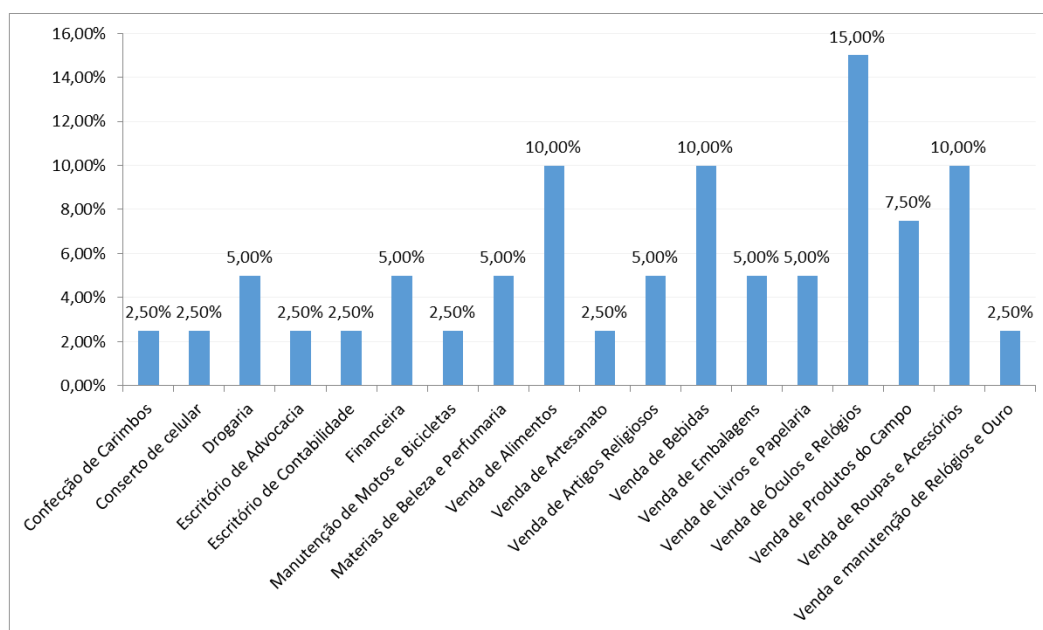
Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

No enquadramento do tipo de ramo (comércio, indústria e serviço), a indústria foi um setor ausente no universo dos empreendimentos analisados. Ficando o comércio bem à frente com 82,5% e o serviço com 17,5% das empresas

entrevistadas, evidenciando o quanto o comércio local representa uma importante fonte de empregos para a população da cidade e região.

Quanto ao tipo de negócio, a região pesquisada se mostrou bastante variada. Ficando a venda de óculos e relógios como a principal escolha de negócio dos empreendedores e em primeiro lugar com 15% do total entrevistado. Em segundo lugar, três tipos de negócio vêm lado a lado com 10%, são eles: venda de bebidas, de alimentos e de roupas e acessórios. Logo atrás, com 5%, temos as drogarias, financeiras, venda de materiais de beleza e perfumaria, de artigos religiosos, de embalagens e de livros e papelaria. Por último, com 2,5%, confecções de carimbo, conserto de celular, escritórios de advocacia e contabilidade, manutenção de motos e bicicletas, artesanato e manutenção de relógios e ouro.

Gráfico 2- Tipo de negócio das empresas entrevistadas



Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Na pesquisa, também foi identificado que 65% dos proprietários acumulavam a função de gerente, enquanto 35% delegavam essa função para um funcionário. Segundo o site Destino Negócio (2015), a posição de gerente tem importância fundamental na empresa, pois detém influência direta na maneira de como a corporação irá render. O gerente é o responsável pela organização de projetos, por determinar papeis, pela atribuição de tarefas, o acompanhamento e motivação da equipe, sempre estimulando todos a trabalharem em busca de um objetivo comum.

Outro dado importante que foi coletado na pesquisa, foi a porcentagem de empresas que eram registradas na Receita Federal. Verificou-se que 82,5%

disseram possuir os registros necessários a seu funcionamento. Faltando 17,5% das empresas se registrarem aos devidos órgãos regulamentadores.

Com a empresa devidamente registrada nos órgãos competentes, o empresário obtém uma série de vantagens, como poder contratar um empregado legalmente, passa a ter direito aos benefícios da previdência social e se habilita para a obtenção de uma possível linha de crédito.

Falando em linha de crédito, a pesquisa também fez um levantamento a respeito do assunto e constatou que apenas 7,5% das empresas entrevistadas disseram possuir algum tipo de empréstimo público. As outras 92,5% disseram não ter pegado nenhum empréstimo.

Também foi registrada a quantidade de funcionários empregados nas empresas pesquisadas. Não possuem empregados 12,5% das empresas em questão. Em sua grande maioria, precisamente 80% delas, possuíam entre 1 a 9 funcionários em seus quadros. Ficando 2,5% para empresas com 10 a 19, 20 a 50 e com mais de 100 funcionários, cada.

Quanto ao seu porte, as Microempresas (ME) representam 62,5% das empresas entrevistadas, sendo a categoria mais existente no centro de Mossoró. Muito atrás vem os Empreendedores Individuais (MEI) com 22,5%. Por último, lado a lado, as Empresas de Pequeno Porte (EPP) e as de Médio Porte com 7,5% cada. De acordo com o site EGestor (2014), na contramão do que muitos acham, as micro e pequenas empresas são peças fundamentais na promoção do crescimento econômico do Brasil. Antes de tudo, essas empresas colaboram na criação de empregos e renda para os cidadãos, atuando como fator importante na diminuição das desigualdades sociais.

De acordo com a pesquisa, ainda existem um considerável número de empresas que não usam tecnologia para auxiliar na condução do seu negócio. Essa parcela de empresas representa 35% do universo de empresas entrevistadas, restando 65% de empresas que usam tecnologia na condução do seu negócio. Dentre as pessoas que usam tecnologia em seus empreendimentos, 69,2% usam apenas para fins da empresa e 30,8% também utilizam para fins pessoais, além dos fins profissionais.

Dentre os empresários que usam tecnologia em suas empresas, 69,2% utilizam softwares específicos para o seu tipo de negócio, 61,5% se utilizam de

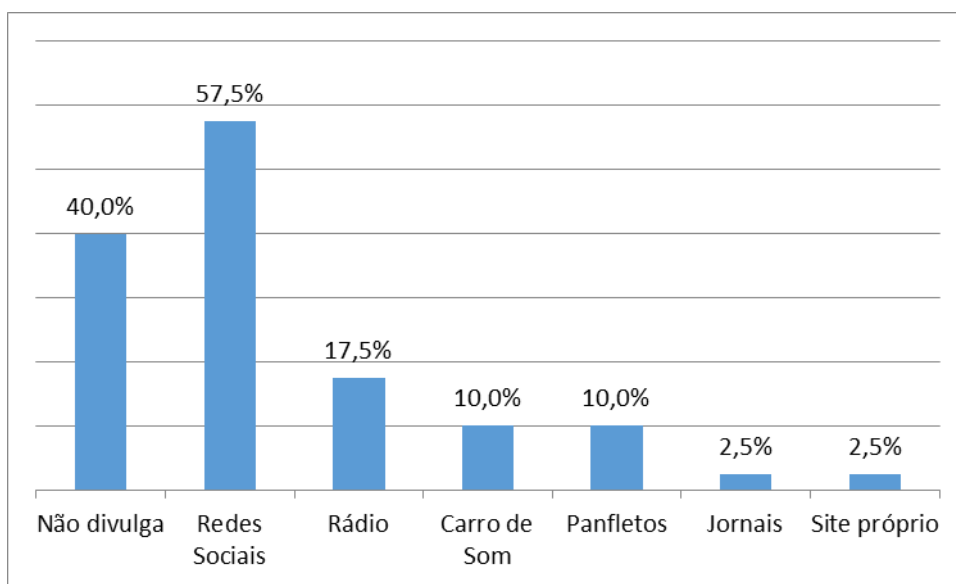
editores de texto, 57,7% de planilhas eletrônicas e 11,5% de outros tipos de tecnologia.

De acordo com Rodrigues (2008), o sucesso de um empreendimento está sujeito ao grau de qualidade que os mesmos buscam estipular como maneira de melhorar e inovar sua tecnologia em seus produtos e serviços ofertados. A tecnologia não tem a intensão de substituir o homem, mas sim de auxiliar no processo produtivo, assim como diminuir os custos e preservar o meio ambiente.

Segundo Flammo (2018), Qualquer empreendedor que deseja ter o seu negócio conhecido, com altos índices de venda e rotatividade de clientes entrando e saindo do seu estabelecimento, deve dar a devida importância à publicidade, cabendo a ela mostrar a importância da sua marca e a qualidade de seus produtos e serviços. Posto isso, a pesquisa detectou quais os meios de divulgação mais usados pelas empresas entrevistadas.

O meio mais usado foi pelas Redes Sociais, com 57,5% dos entrevistados. Em segundo lugar ficou o Rádio com 17,5%. O Carro de Som e Panfletos em terceiro juntos com 10% cada e por ultimo, Jornais e Site próprio, ambos com 2,5%. Entre os entrevistados, 40% não fazem nenhum tipo de divulgação.

Gráfico 3- Meios de propaganda usada pelas empresas entrevistadas.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

De acordo com a Harpia Propaganda (2017), os brasileiros utilizam suas redes sociais em média entre três e quatro horas por dia. Com a existência de consumidores tão presentes nas redes sociais, as empresas não podem fechar os olhos para este mercado. Em comparação a outras maneiras tradicionais de

divulgação, as mídias sociais têm como chamariz o baixo custo de investimento, já que com valores abaixo de R\$ 30 uma empresa já consegue impulsionar posts.

Quanto uso do estabelecimento, a pesquisa revelou que 82,5% das empresas entrevistadas possuem os imóveis alugados, sendo somente 17,5% dos empresários, proprietários do imóvel.

Já quanto ao caráter dos empreendimentos, 100% são privados, não tendo sido entrevistado nenhuma associação ou cooperativa. Dentre as empresas, todas de caráter privado, 10% fazem parte de algum tipo de rede de negócio.

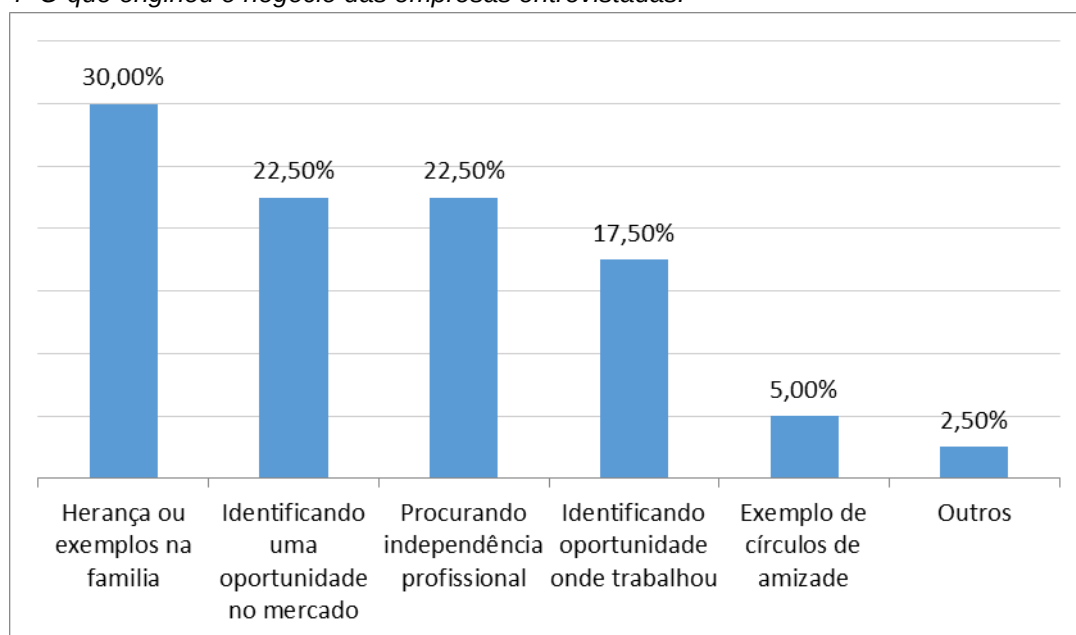
Outra questão levantada na pesquisa foi se os empresários pensam em fazer com que suas empresas cresçam. 77,5% deles disseram que sim, mas, impressionantemente, 22,5% disseram não ter interesse em ter seu negócio expandido.

Outro fator importante para se entender o perfil dos empreendedores e empreendimentos é saber o motivo de sua existência. O que levou a criação daquele negócio. A pesquisa identificou cinco motivos principais. A maioria dos entrevistados, 30% deles, está no negócio por motivos de herança ou exemplos na família. Em segundo lugar está a identificação de uma oportunidade no mercado e a procura por independência profissional, ambos com 22,5%. Em seguida vem a identificação de oportunidade em trabalhos passados, com 17,5%. Exemplo em círculos de amizade vem logo atrás com 5% e, com 2,5%, outros motivos.

Segundo Matias (2018), a grande parcela de companhias que existem no Brasil é composta por empresas familiar. Sendo elas 80% das mais de 19 milhões dos empreendimentos nacionais. Para alguns especialistas, uma empresa familiar é criada a partir da primeira geração de uma família, mas sua consolidação somente ocorre com sua respectiva sucessão da geração seguinte.

Então, como se pode verificar, Mossoró permanece dentro da estatística nacional no que se refere a empresas familiares, oriundas de herança ou exemplo da família, estarem em maior número no mercado.

Gráfico 4- O que originou o negócio das empresas entrevistadas.



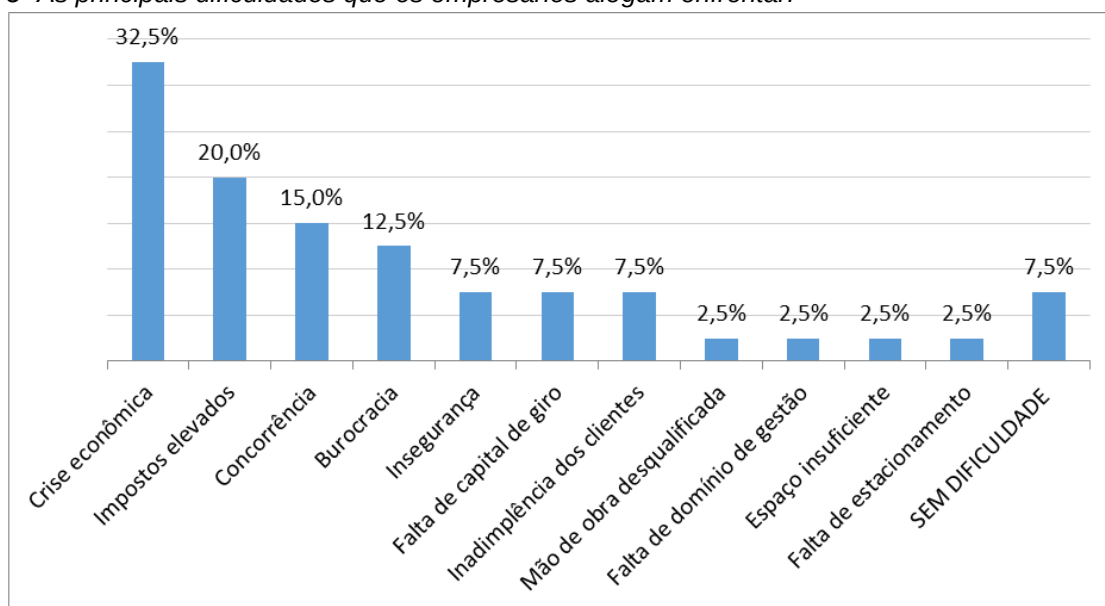
Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

A entrevista também abordava se os empresários possuíam outro negócio além daquele em que se encontrava no momento. 75% dos entrevistados disseram não possuir outro negócio. Sendo que 25% tinham outro empreendimento.

Já quando a pergunta feita era se os empresários possuíam outra fonte de renda, 65% disseram não possuir, contra os 35% que tinham outros meios de arrecadação.

Um dos aspectos mais importantes detectados na pesquisa foi quais eram as maiores dificuldades alegadas pelos empresários para o andamento negócio e sua sobrevivência no mercado. Foi constatado que a crise econômica representa 32,5% como sendo a maior dificuldade vivida na percepção dos empresários. Logo atrás vêm os impostos elevados com 20%, à concorrência com 15%, à burocracia com 12,5%, à insegurança, falta de capital de giro e inadimplência dos clientes, juntos com 7,5% e a mão de obra desqualificada, falta de domínio de gestão, espaço insuficiente e a falta de estacionamento por último com 2,5% cada. Alegaram não ter nenhuma dificuldade, 7,5% dos entrevistados.

Gráfico 5- As principais dificuldades que os empresários alegam enfrentar.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Por último, foi perguntado aos empresários que sugestões eles teriam para um novo negócio para a cidade de Mossoró. Onde 40% não souberam ou preferiram não responder. Surgiram algumas sugestões isoladas como um parque aquático ou hotel para animais, dentre outras, mas em 27,5% dos casos, os entrevistados sugeriram mais opções de restaurantes e bares. Lembrando que no Gráfico 2 pode-se visualizar que estabelecimentos de venda de bebidas, assim como o de alimentos, estão lado a lado em segundo lugar como os mais numerosos em tipos de negócio nas empresas entrevistadas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o objetivo de levantar, analisar e estudar o perfil dos empreendedores e empreendimentos de uma determinada área do centro da cidade de Mossoró/RN. Através dele, foi possível se debruçar sob alguns dados que, depois de processados, tiveram papel fundamental para montar um panorama da atual conjuntura socioeconômica que se encontram os empresários mossoroenses entrevistados.

Alguns dados quando analisados individualmente, saltam os olhos por romper com alguns mitos e preconceitos. O maior exemplo disso é que foi constatado que um pouco mais da metade dos empreendedores são do gênero feminino, mostrando não só como a mulher está conquistando seu merecido espaço como gestora, mas também evidenciando a obviedade de que a mulher é tão capaz quanto o homem de desempenhar qualquer papel que venha a desejar.

Também foi possível constatar a faixa etária dos empresários participantes da pesquisa, onde 40% deles, sua maior parcela, estão com idades entre os 41 aos 50 anos de idade.

Outro dado visto foi o da escolaridade entre os entrevistados, onde a grande maioria, 45% deles, tem apenas o ensino médio concluído. Apesar disso, 25% dos entrevistados já possuem nível superior, com alguns já tendo pós-graduação.

Foi visto também que ainda existem empresas informais no centro de Mossoró, representando 17,5% das empresas entrevistadas, apesar da grande maioria já está legalizada e usufruindo das benesses de operar em dia.

Citados como os grandes vilões do mercado local, estão à crise econômica, os impostos elevados, a concorrência e a burocracia excessiva. Entre os entrevistados, 32,5% disseram que a crise econômica é o fator que mais prejudica a saúde de suas empresas.

O baixo uso da tecnologia entre os entrevistados, não ajuda em nada a melhorar a situação dos mais afetados por crises e altos impostos, sendo detectado apenas 65% das empresas a usar algum tipo da mesma.

Nos empresários que se utilizam de tecnologia para ajuda-los na condução de seus empreendimentos, se verificou que quase 70% deles adquiriram softwares que os auxiliam nas especificidades do seu tipo de negócio. O uso de planilha eletrônica

e editor de texto também se faz bastante comum entre as empresas que usam tecnologia.

O uso de tecnologia também se destacou quando os empresários buscaram divulgar sua marca e produtos. A divulgação através das redes sociais foi o meio mais usado entre os empreendedores que faziam algum tipo de propaganda, sendo uma prática econômica de baixo custo.

Outro fator identificado na pesquisa foi o que levou os empresários a empreenderem. Ficou constatado que a herança ou exemplo familiar tem a maior parcela dentre as causas que levam as pessoas a se aventurarem como empreendedores. Logo atrás vem a identificação de uma oportunidade no mercado e a procura independência profissional.

Todos esses pontos até aqui explanados, evidenciam a necessidade dos empresários manterem-se capacitados, adotando o uso da tecnologia no cotidiano da empresa, investindo em pessoal capacitado, regularizando a empresa e procurando, cada vez mais, meios diversos e eficientes de divulgação, para poderem sempre manter suas empresas altamente competitivas, a fim de que eventuais crises econômicas ou concorrência feroz não sejam fatores que venham a abalar o bom funcionamento da empresa.

BIBLIOGRAFIA

ALFREDO. (23 de 08 de 2009). **Empreendedorismo origem e desafios para o Brasil do século XXI**. Acesso em 12 de 11 de 2018, disponível em administradores: <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi/33075/>

BISPO, Cláudio dos Santos et al. **Empreendedorismo e Inovação**. 2016. Disponível em: http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf. Acesso em: 07 nov. 2018.

BRITO, Andreiá Matos; PEREIRA, Pedro Silvino; LINARD, Ângela Patrícia. **Empreendedorismo**. Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Juazeiro do Norte, 2013. 98 p. Disponível em: http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico_edificacoes/empreendedorismo.pdf. Acesso em: 07 nov. 2018.

CARVALHO, Raimundo Nonato. **Empreendedorismo: importância econômica e social**. 2013. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>. Acesso em: 13 fev. 2019.

DESTINO NEGÓCIO (Brasil). **Entenda a importância do gerente para o crescimento da empresa**. 2015. Disponível em: <https://destinonegocio.com.br/gestao/entenda-a-importancia-do-gerente-para-o-crescimento-da-empresa/>. Acesso em: 07 mar. 2019.

DOLABELLA, F. **O segredo de Luisa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

EGESTOR (Brasil). **Entenda a importância das micro e pequenas empresas para o Brasil**. 2014. Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/entenda-a-importancia-das-micro-e-pequenas-empresas-para-o-brasil/>. Acesso em: 08 mar. 2019.

EU SOU EMPREENDEDOR (Brasil) (Comp.). **A história do empreendedorismo no mundo (timeline)**. 2018. Disponível em: <https://eusouempreendedor.com/historia-do-empreendedorismo-mundo/>. Acesso em: 13 fev. 2019.

GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR). **Empreendedorismo no Brasil**. Brasília: Sebrae, 2017. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 07 mar. 2019.

HARPIA PROPAGANDA (Brasil). **A importância das redes sociais no marketing digital**. 2017. Disponível em: <http://www.harpiapropaganda.com.br/tudo-sobre-redes-sociais/importancia-das-redes-sociais-no-marketing-digital/>. Acesso em: 08 mar. 2019.

IBGE (Brasil). **Cartas e Mapas**. 2010. Disponível em: <https://downloads.ibge.gov.br/downloads_geociencias.htm>. Acesso em: 06 mar. 2019.

IBGE. (2017). **Cidades**. Acesso em 08 de 11 de 2018, disponível em ibge: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/ares/panorama>

IBGE. **Desemprego volta a crescer no primeiro trimestre de 2018**. 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20995-desemprego-volta-a-crescer-no-primeiro-trimestre-de-2018>>. Acesso em: 14 nov. 2018

LAMMO. **A Importância da Publicidade nos Negócios**. 2018. Disponível em: <<https://flammo.com.br/blog/importancia-da-publicidade/>>. Acesso em: 08 mar. 2019.

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

MATIAS, Alberto Borges. **Como fazer uma gestão eficiente de empresas familiares**. 2018. Disponível em: <<https://blog.inepadconsulting.com.br/como-fazer-uma-gestao-eficiente-de-empresas-familiares/>>. Acesso em: 08 mar. 2019.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PEDRO AUGUSTO FILGUEIRA ALBUQUERQUE (Mossoró) (Ed.). **Diagnóstico do Cenário Econômico e Político de Mossoró Segundo Empreendedores e Colaboradores das Cadeias Econômicas Locais**. Mossoró: Cdl Mossoró, 2016. 98 p. Disponível em: <<http://www.cdlmossoro.com.br/images/cdl-diagnosticomossorocompleto.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2019.

ROCHA. (2018). **Conheça a História do Empreendedorismo no Brasil**. Acesso em 08 de 11 de 2018, disponível em ignicaodigital: <http://www.ignicaodigital.com.br/conheca-historia-do-empreendedorismo-no-brasil/>

RODRIGUES, Maxwell. **A importância da Tecnologia no crescimento empresarial**. 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/a-importancia-da-tecnologia-no-crescimento-empresarial/24362/>>. Acesso em: 08 mar. 2019. F

SEBRAE. (27 de 06 de 2017). **O que é ser empreendedor**. Acesso em 09 de 11 de 2018, disponível em SEBRAE: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

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

SEBRAE-SP. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o>>

motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=estadual&codUf=26>. Acesso em: 14 nov. 2018.

SOARES, Girliany Santiago. **O plano de ações articuladas (PAR/2007-2011): a implementação dos conselhos escolares na rede municipal de ensino de Mossoró/RN** / Girliany Santiago Soares. - Natal, 2018.

TRANJAN, Roberto Adami. **Sete perfis, uma questão de escolha**. 2005. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=10000>>. Acesso em: 22 fev. 2019.

UOL. **No Brasil, quase metade das empresas fecha em 3 anos, diz IBGE**. 2012. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/08/27/no-brasil-quase-metade-das-empresas-fecha-em-3-anos-diz-ibge.htm>>. Acesso em: 07 mar. 2019.

WIKIPÉDIA (Brasil). **Mapa de Mossoró**. 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Mapa_de_Mossor%C3%B3.png>. Acesso em: 06 mar. 2019.

ZOGBI, Paula (Ed.). **Um terço das empresas fecham em 2 anos no Brasil**. 2017. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/noticia/5997459/terco-das-empresas-fecham-anos-brasil-conheca-segredos-das-que>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

ANEXO A – Questionário aplicado na análise dos empreendedores e empreendimentos comerciais do centro do município de Mossoró/RN.

Uma pesquisa da UFERSA, com fins acadêmicos, não se divulgará nomes de empresas ou donos das mesmas. Os dados são sigilosos.

Data: ____/____/____

NOME DA EMPRESA: _____

NOME DO RESPONDENTE: _____

E-MAIL: _____

SEXO:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

FAIXA ETÁRIA (anos):

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

ESCOLARIDADE:

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

QUANDO INICIOU O NEGÓCIO?**IDADE DA EMPRESA:**

Data de fundação ____/____/____

SETOR:

- ☐ Indústria
- ☐ Comércio
- ☐ Serviços

TIPO DE NEGÓCIO: _____

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

GERÊNCIA/PROPRIETÁRIO: _____

REGISTRADA junto a JUCERN ou FIERN:

- ☐ Sim
- ☐ Não

POSSUI EMPRÉSTIMO PÚBLICO:

- ☐ Sim
- ☐ Não

QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS:

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

PORTE DA EMPRESA:

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

USO DE TECNOLOGIA:

- ☐ Sim
- ☐ Não

Usa Para Qual Fim:

- ☐ 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 (Facebook, Twitter, Whatsapp)
- ☐ Site próprio
- ☐ Tradicionais () Jornais, () Rádio, () Panfletos, () Carro de som, () Cartazes.

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 DESTES?

- ☐ Sim
- ☐ Não

ESTA É SUA ÚNICA ATIVIDADE DE SUSTENTO FAMILIAR?

- ☐ Sim
- ☐ Não

QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS NA TUA EMPRESA?

QUE NEGÓCIO VOCÊ SUGERIRIA PARA ESTE MUNICÍPIO?
