

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE
DO NORTE CAMPUS NATAL - ZONA NORTE
CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO**

LUANA SABRINA DA SILVA MONTE

**O PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR DO RAMO DE VARIEDADES DA ZONA
NORTE DE NATAL/RN**

**NATAL/RN
2017**

LUANA SABRINA DA SILVA MONTE

**O PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR DO RAMO DE VARIEDADES DA ZONA
NORTE DE NATAL/RN**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico Integrado em Comércio, do Instituto Federal de Educação e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Natal - Zona Norte, como requisito para obtenção do título de Técnico em Comércio.

Orientadora: Prof. M.Sc. Marlene Medeiros.

Natal/RN
2017

LUANA SABRINA DA SILVA MONTE

O PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR DO RAMO DE VARIEDADES DA ZONA NORTE DE NATAL/RN

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico Integrado em Comércio, do Instituto Federal de Educação e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Natal - Zona Norte, como requisito para obtenção do título de Técnico em Comércio.

O Relatório de Projeto de Pesquisa foi submetido à Direção Acadêmica do IFRN - Campus Natal - Zona Norte para análise e aprovado como requisito para conclusão do Curso Técnico Integrado em Comércio em 30 de Julho de 2017.

Prof. M.Sc. Marlene Medeiros – Orientadora
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

Prof. M.Sc. Denise Cristina Momo - Avaliadora
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por me proporcionar saúde e sabedoria diante do caminho que trilhei no IFRN *campus* Natal - Zona Norte.

Agradecer pelo apoio da minha família, principalmente a minha mãe, Maria Alinete, por me incentivar a correr atrás dos meus sonhos, o qual era fazer parte do instituto federal, e por me apoiar nas minhas escolhas.

Agradeço pela gama de maravilhosos professores que atravessaram a minha história durante minha estadia no instituto, que contribuíram para a minha formação, tais como: Alexandre Magno, o qual me incentivou com projetos de pesquisa.

Igor Bruno ou mais conhecido como “O cuscuz” que me mostrou além de ser um ótimo professor é um ótimo conselheiro diante das adversidades que o IF traz.

Luiz Roberto e Liliane Gurgel os quais mostraram que existe amizade fora da sala de aula.

A Professora Karla Angélica, por todas as palavras de carinho, a pessoa que me inspiro e admiro.

Pelo professor Olímpio Silva, que através de sua orientação me proporcionou a novas experiências de vida.

A minha maravilhosa orientadora, Marlene Medeiros, a qual instruiu-me de maneira extraordinária.

E por fim as duas grandes amigas, Joyce Costa e Alice Nays, que construí durante esses quatro anos, as quais me acompanharam na minha trajetória e evolução acadêmica e pessoal.

Sorte é apelido.
O verdadeiro nome do sucesso é dedicação!
Autor desconhecido

RESUMO

O empreendedorismo é um termo que está em evidência, em consequência da crise econômica, não só do Rio Grande do Norte, mas do país como um todo, causando assim impactos na sociedade. A presente pesquisa teve por objetivo identificar o perfil do microempreendedor do ramo de variedades situado na Zona Norte de Natal/RN. Para tal, foi analisado sua escolaridade e nível de capacitação, da mesma forma como os atributos da empresa, quanto à formalização e tempo de atuação no mercado. A metodologia utilizada foi a aplicação de questionários composto por perguntas fechadas. Este foi adaptado a partir do estudo realizado por Dornelas (2007) para a realidade do microempreendedor da Zona Norte. Como resultado, a pesquisa identificou que tais microempreendedores está constituído por jovens adultos do sexo feminino, a qual sua capacitação é preocupante com relação ao mercado que está situado.

Palavras-chave: Microempreendedor; Perfil empreendedor; Ramo de variedades.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1:	Segmentação por gênero	18
Gráfico 2:	Segmentação por faixa etária	19
Gráfico 3:	Segmentação por escolaridade	20
Gráfico 4:	Segmentação por capacitação	20
Gráfico 5:	Empresa familiar	21
Gráfico 6:	Planejamento estratégico	22
Gráfico 7:	Empresa formalizada	23
Gráfico 8:	Tempo de atuação no mercado	24
Gráfico 9:	Perfil do Microempreendedor	25
Gráfico 10:	Cursos prioritários para microempreendedores da Zona Norte	26
Tabela 1:	Legenda: Cursos Prioritários	26

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	OBJETIVOS	10
1.1.	Objetivo geral.....	11
1.1.	Objetivos específicos.....	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1	NATUREZA DO EMPREENDEDORISMO.....	15
2.2	INTENÇÕES EMPREENDEDORAS.....	17
2.3	A ESCOLA EMPREENDEDORA.....	18
2.4	GESTÕES DE EMPREENDEDORISMO.....	18
3	METODOLOGIA	17
4	ANÁLISE DOS DADOS	18
4.1	IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL SOCIOECONÔMICO E EDUCACIONAL.....	18
4.2	ATRIBUTOS DA EMPRESA.....	21
4.3	FRAGILIDADES NA CAPACITAÇÃO.....	26
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
	REFERÊNCIAS	28
	APÊNDICE	29

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo desempenha um papel significativo na sociedade brasileira, com o propósito de desenvolver uma nova economia no país. Com ideias inovadoras, em um país que há um desequilíbrio econômico e possui um histórico de crises, o empreendedorismo nesse momento seja a melhor solução (LEITE, 2012).

Levando em consideração que, conforme afirma Leite (2012, p.14), “a iniciativa de abrir um negócio partindo de uma especialização não é o suficiente, é preciso que exista um encontro com as necessidades do mercado” (LEITE, 2012), cabe ao empreendedor conhecer o seu público-alvo e analisar as suas necessidades para ofertar um produto ou serviço.

Segundo a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) desenvolvida em 2015 com patrocínio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), aponta que quatro de dez brasileiros adultos, já possui uma empresa ou estão comprometidos na criação de uma, compondo assim uma taxa 38,3% de empreendedores no Brasil. Apesar de seu número ser elevado, não se tem uma comunidade empreendedora fortalecida, pois há muitos riscos.

Empreendedorismo é sinônimo de inovação, é ter um mercado promissor com estratégias determinadas, com o objetivo de obter uma maior lucratividade, através do desenvolvimento de um serviço/produto que atenda a necessidade do consumidor (LEITE, 2012).

Para se tornar um empreendedor não existem regras ou um modelo universal. Segundo Dornelas (2007), existe vários tipos de empreendedores, de diferentes segmentos com características similares, no qual não existe um padrão para se tornar empreendedor.

Um dos fatores que direciona o ato de empreender é ter um mercado promissor com estratégias determinadas, que ao lançar um serviço/produto que atenda a necessidade do consumidor, o indivíduo possa ter um maior rendimento.

Para o empreendedor se firmar no mercado ele tem que conhecer os seus concorrentes que ameaçam sua organização, tendo a finalidade de traçar as suas vantagens em relação ao mercado. Porter (1989) diz que os competidores podem representar uma ameaça, mas os concorrentes certos podem fortalecer sua empresa, no qual o empreendedor permanecerá em constante desempenho em desenvolver a sua vantagem competitiva com a finalidade de ser superior no mercado, esquecendo a ideia de estabilidade, e assim terá uma maior visibilidade no mercado.

Contudo o fator vantagem é uma diferenciação em uma organização. Para tal, é preciso que uma empresa busque o crescimento como um todo, com o propósito de desempenhar um aumento de sua fatia de mercado, visto que com essa expansão a organização diminuirá o seu risco e fortalecerá a sua estabilidade no meio comercial.

Neste sentido, a presente pesquisa busca identificar o perfil do microempreendedor da Zona Norte de Natal do ramo de variedades. A escolha por este ramo se dá pela forte presença do mesmo nesta localidade e a necessidade de melhor conhecimento do perfil e dificuldades desses. Para tal, o estudo analisou quinze empreendimentos do ramo de variedades localizados na Zona Norte da cidade de Natal.

O estudo se justifica pela atualidade do tema empreendedorismo, e sua atuação na movimentação da economia local. Na Zona Norte de Natal é possível visualizar o empreendedorismo no dia-a-dia do comércio e serviço, porém não se tem um estudo que identifique quem são estes empreendedores, o que motivaram a entrada neste ramo e suas fragilidades.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 **Objetivo geral**

Identificar o perfil do microempreendedor do ramo de variedades, localizados na Zona Norte de Natal/RN.

1.1.2 **Objetivos específicos**

- Identificar perfil socioeconômico e educacional desses microempreendedores;
- Identificar atributos da empresa, quanto à formalização e tempo de atuação;
- Identificar principais fragilidades na capacitação desses empreendedores.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. NATUREZA DO EMPREENDEDORISMO

Atualmente o termo empreender é bastante usado por diversas áreas, seja ela profissionalmente ou de forma leiga. No entanto, não há uma única definição que seja “aceita” mundialmente pela classe interessada (DORNELAS, 2007).

A definição de empreendedorismo foi evoluindo ao decorrer da história e com as situações econômicas mundiais de cada época. Apesar disso, o empreendedorismo leva sempre características que não se diferem, mas sim que se complementam, como por exemplo, a posição do empreendedor de assumir riscos, de ser criativo, e de inovar continuamente, tendo um olhar diferenciado das situações que é exposto, ou seja, “o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade” (DRUCKER, 1986, p. 36).

No período inicial pode-se dizer que as primeiras maneiras de traçar rotas para a comercialização já era uma forma de empreender, pois à medida que o capitalista passava a correr riscos passivamente, o comerciante que se determinava aventureiro assumia o papel ativo no negócio, tendo assim que suportar os riscos que encontrava no caminho, como as ameaças físicas e emocionais (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Na Idade Média o empreendedor era definido pelo ato de administrar grandes projetos de produções, em que não assumia riscos e nem recursos próprios. Eles geralmente eram clérigos, pessoas encarregadas de construir grandes obras arquitetônicas, como fortificações, castelos e catedrais, abadias e prédios públicos (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

No século XVII os empreendedores firmavam contratos com o governo no qual iria desempenhar um serviço ou fornecer produtos estipulados. Como as perdas e lucros estavam sobre os indivíduos ressurge a ligação de risco com o empreendedor (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

No século XVIII os indivíduos que tinham um capital já era considerado uma pessoa diferenciada daquela que não tinha, devido a industrialização que ocorria naquela época. Muitas das invenções desse período vêm em virtude das mudanças que estavam emergindo no mundo naquele momento (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Nos séculos XIX e XX o conceito de empreendedor como inovador é novidade, porém é uma parte essencial dessa teoria, pois quando fala-se de empreendedor o termo inovação é o

instrumento pelo qual eles exploram a mudança e as define como oportunidade (DRUCKER, 1986), tendo assim um diferencial e conseqüentemente um passo à frente do seu concorrente. Mas ser inovador não é algo fácil que se atribua a todos, desse modo os empreendedores eram vistos pela sua perspectiva econômica.

O conceito de empreendedor fica mais refinado com o passar do tempo, assim como o ato de empreender, em que é associado com termos da perspectiva empresarial, administrativa e pessoal (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Mas para se tornar um bom empreendedor é indispensável que ele tenha a percepção de reconhecer, identificar e avaliar as oportunidades que o meio social apresenta, pois, essas chances não aparecem de repente, resultando assim em uma atenção maior perante os indivíduos (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Schumpeter define o termo empreendedor como sendo aquele que usa seus recursos para se fazer um novo método de criação, produção e formas de organização, com a finalidade de se destacar no mercado com sua inovação (LEITE, 2012).

Para Fortin (1992 apud DOLABELA, 2008) o empreendedor é o indivíduo que têm a capacidade de transformar um sonho, um obstáculo ou uma oportunidade de negócios em uma organização viável. No qual o indivíduo consegue identificar a oportunidade e aplicar suas ideias, em uma empresa com aspectos positivos para se firmar no mercado.

Dito de outra forma, o empreendedor é aquele que tem a atitude de colocar em prática suas ideias inovadoras, com a intenção de atender um público específico. Ele tem a alma de empreender, sem ter medo de se arriscar, já que em um mercado competitivo e diversificado o risco é algo inevitável (PORTER, 1989). Portanto o empreendedorismo é o método de criar algo novo e com valor, assumindo riscos, dedicando tempo e esforços necessários, para que só assim possam-se receber as conseqüentes recompensas (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Ser empreendedor não é necessariamente ser um inventor. O inventor é a pessoa que cria algo novo pela primeira vez, é bastante criativo e têm ideias revolucionárias transformando um grande problema em algo simples de se resolver, ele tem educação formal e está disposto a assumir riscos (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

A grande diferença entre um inventor e o empreendedor é pelo fato que o empreendedor é apaixonado pela organização e faz de tudo para que ela seja bem-sucedida, já o inventor apaixonou-se pela invenção em si e não pelo ato de empreender. Vale salientar que o termo empreendedor não só se restringe a criação de uma nova empresa, visto que há empreendedores

em todos os âmbitos, tais como educação, engenharia, distribuição, governo dentre outros (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

O empreendedorismo na economia é atualmente a maneira mais eficaz para fazer a ligação entre mercado e a sociedade, sendo assim, o estudo desse conceito se torna tão relevante, não só pelo fato de contribuir com os empreendedores e suprir suas necessidades, mas na colaboração econômica de novos empreendimentos.

No entanto, alguns empreendedores têm grandes dificuldades, pois faltam-lhe habilidades administrativas, fazendo com que haja um déficit na comunicação com bancos, investidores de risco, agências de publicidade entre outros. Independente dessas dificuldades, o empreendedorismo atua com a geração de novos empregos afetando de modo significativo a base econômica do país, causando impacto na economia global e se tornando o objeto central do desenvolvimento causando um bem-estar econômico nos dias de hoje (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Pode-se perceber que há várias definições de empreendedorismo, mas que, como ponto comum, tem-se a ligação com os conceitos de risco e inovação.

O empreendedorismo vem sendo adotado por instituições educacionais, tendo pelo menos uma disciplina ligada a esse termo, surgindo assim investimentos em atividades de pós-graduação em faculdades e universidades, no qual há uma oferta crescente em programas únicos, tais como, o programa de mestrado em ciência empreendedora, empreendedorismo tecnológico e o MBA na área da biociência, que por sua vez, resultará em um gradual aumento na oferta de cursos, trabalhos de pesquisa, cargos específicos e centros de aprendizagem (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

O investimento acadêmico na temática do empreendedorismo demonstra a sua importância no cenário Brasileiro e a preocupação com a capacitação destes, que tem um papel fundamental para economia do país.

2.2. INTENÇÕES EMPREENDEDORAS

As intenções empreendedoras, de modo geral, partem dos indivíduos que já tem uma predisposição em buscar oportunidades, entrar em novos mercados e oferecer novos produtos, e isso raramente acontece de forma não-intencional. Sendo assim, os fatores que influenciam as motivações envolvidas nesse processo é de grande importância, pois quanto maior for os

fatores motivacionais maior será a probabilidade de colocarem essas intenções em prática, buscando constantemente resultados empreendedores.

As intenções se tornam mais fáceis quando os indivíduos têm uma percepção de que uma carreira como empreendedor serão viáveis e/ou desejáveis. Isto posto, a concepção da viabilidade está relacionada com a auto eficácia, pois existirá a convicção que é possível realizar o objetivo, com êxito, e com comportamentos necessários, acreditando assim que poderão se sair bem (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

A auto eficácia alta aumenta o senso de iniciativa e conseqüentemente a persistência. Já com auto eficácia baixa reduzirá o esforço e em conseqüência o desempenho esperado, assim, afetando a escolha das ações dos indivíduos e a intensidade de esforço exercido para atingir os seus propósitos, dessa maneira logo será associada positivamente às criações de novos empreendimentos independentes (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Os indivíduos que têm uma tendência em se tornar empreendedores, está diretamente ligada às suas experiências, e um conjunto de características de cada pessoa, como ter uma boa comunicação oral e/ou escrita. No entanto, terá diferencial quando essas habilidades passam a ser relacionadas com a administração, sendo conseguinte um indicador para o sucesso (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

2.3. A ESCOLA EMPREENDEDORA

A escola empreendedora é baseada na formação de estratégia como um processo visionário, ou seja, “promover uma visão da estratégia como perspectiva, associada com imagem e senso de direção, isto é, visão” (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000). Tal escola teve sua origem da economia, e traz os empreendedores como uma pessoa que se destaca na teoria econômica neoclássica, conceito genérico usado para designar diversas correntes do pensamento econômico que estudam a formação de preços, produção e a distribuição de renda. Entretanto, o empreendedor encontrava-se limitado a decidir as quantidades de produção e a que preços chegariam ao mercado.

Essa visão estreita do papel do empreendedor foi considerada por muitos economistas como uma falha da economia, uma vez que o mesmo através de suas inovações movimentava a economia de sua região. Vale salientar que inovação não é invenção, visto que inovar é aprimorar algo já existente e inventar é ser o primeiro a ter tal ideia.

O conceito que norteia a escola é a visão, uma representação mental da estratégia, que além de organizar as ideias, deixa claro o que precisa ser feito, e por isso tem que está expressa na cabeça do líder para que seja seguida e assim as metas sejam alcançadas. A visão tende a ser mais como uma imagem no intelecto que um planejamento propriamente dito, de maneira a deixar quem está na liderança com mais flexibilidade, ou seja, pode ser feito mudanças de acordo com as dinâmicas do dia-a-dia (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

O primeiro a colocar o empreendedor em destaque no pensamento econômico foi economista austríaco Joseph Schumpeter, no qual para ele a maximização dos lucros não expressava realmente o comportamento corporativo, mas sim as tentativas.

Ainda pela ótica de Schumpeter o empreendedor não é necessariamente aquele que investe o capital inicial ou aquele que inventa o produto, mas a pessoa com a ideia do negócio. Joseph lançou na economia o conceito de destruição criativa que consiste não em radicalidade, mas em explicar os impactos que as inovações causam no mercado, explicado pelo austríaco “as inovações são a força motriz do crescimento econômico, e a destruição criativa é essencial para o capitalismo. Ao mesmo tempo em que se cria um negócio, se destrói outros” (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

Muitos estudiosos buscaram fazer sua interpretação sobre o espírito empreendedor, para Knight “o espírito empreendedor era sinônimo de risco pesado e manuseio de incertezas”, por outro lado Schumpeter vinha com sua afirmação de “novas combinações”, ou seja, fazer novas coisas ou coisas já existentes de nova maneira, e por outra visão estava Peter Drucker com a ideia de espírito empreendedor como a própria administração. Dessa forma, dependendo ponto de vista da pessoa, o empreendedor pode ser: a) o fundador de uma organização, b) o gerente de sua própria empresa ou c) o líder inovativo de uma organização de propriedade de outro (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

2.4. GESTÕES DE EMPREENDEDORISMO

Para ser um empreendedor bem-sucedido é preciso saber gerir seu negócio, e para fazer uma boa administração de seus bens tem que ter o mínimo de espírito empreendedor, e o mesmo não é algo que vem de berço como costumamos pensar, mas sim prática e disciplina do qual pode ser aprendida.

Administrar não é uma tarefa fácil, demanda muitas ações e decisões que podem ou não salvar seu negócio e colocar as realizações econômicas em primeiro lugar é sempre uma boa

forma de calcular seus riscos, pois o que dirá se sua empresa tem êxito, são as realizações econômicas (LEITE,2012).

Com estudos desenvolvidos em torno do empreendedorismo, surgiu um novo termo chamado *intrapreneur*, introduzido na linguagem empresarial para designar uma pessoa que tem espírito empreendedor, mas não cria um negócio próprio que possa viabilizar suas ideias, com isso usa a estrutura da empresa onde trabalha como uma forma de colocá-las em prática (LEITE, 2012).

Atualmente, os micros, pequenas e médias empresas vêm ganhando destaque no mercado, isso porque os empreendimentos de sucesso passaram a ser caracterizado por um comportamento ágil, inovador, próximo ao cliente e com respostas rápidas às demandas do mercado. Com isso, nos últimos 20 anos, as pequenas empresas desenvolveram mais que as grandes, o que segundo Emanuel Leite deve-se a estrutura mais enxutas destas (LEITE, 2012).

3. METODOLOGIA

A caracterização da pesquisa é de natureza quantitativa, em que busca, estatisticamente, mostrar os resultados alcançados. Em relação aos seus objetivos, a mesma é descritiva, pois seu principal objetivo é delinear características dos empreendedores do ramo de variedades da região norte de Natal/RN.

A amostra escolhida foram quinze microempreendedores atuantes no ramo de variedades, no qual são localizadas no bairro Potengi da região norte de Natal/RN.

A justificativa do estudo nessa localidade e ramo de atividade se dá pelo fato de que esse ramo de atuação é bastante eminente, além de ser uma região que está em constante crescimento econômico.

Para atender aos objetivos do estudo, inicialmente foi realizada a pesquisa bibliográfica, para maior entendimento da temática.

A coleta dos dados foi realizada a partir de um questionário composto por perguntas fechadas. Este foi adaptado a partir do estudo de Dornelas (2007) para realidade e linguagem do microempreendedor da Zona Norte, buscando o melhor entendimento das questões por parte dos mesmos e também se adequar a realidade estudada.

Na análise dos resultados, foi realizada a tabulação dos dados utilizando planilha eletrônica Excel. A ferramenta possibilitou a estatística descritiva dos dados, por meio de gráficos e tabelas, o que facilita uma melhor compreensão dos resultados.

A próxima seção apresenta a análise dos dados.

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1. IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL SOCIOECONÔMICO E EDUCACIONAL

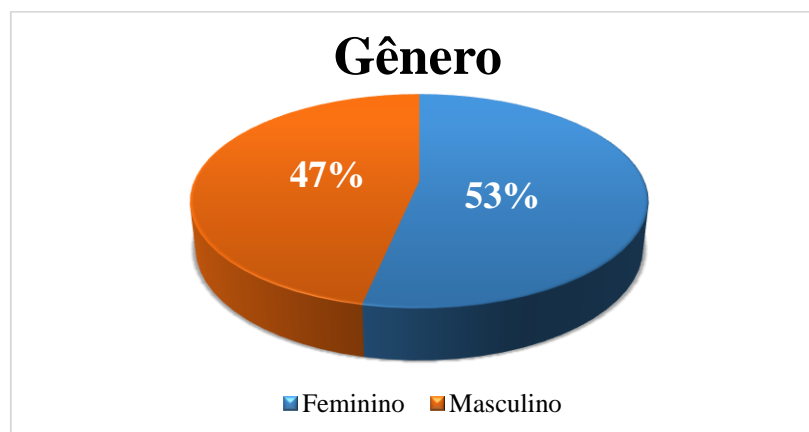
A sociedade em geral vê o empreendedorismo como uma ferramenta que precisa ser implementada em toda e qualquer empresa, para que esta, atinja o sucesso. Sendo assim a maneira mais eficaz encontrada pelos empreendedores de administrar suas organizações.

Diante disso, atualmente, a medida que o mundo fica cada vez mais globalizado a mulher vem buscando seu espaço no mercado de trabalho, fazendo com que alcance sua independência, e, conseqüentemente, ficando em destaque no mundo dos negócios (LEITE, 2012).

Tendo isso em vista, o presente estudo comprova essa teoria, pois mais de 50% das empresas entrevistadas no ramo de variedades da Zona Norte de Natal é composta por pessoas do sexo feminino, evidenciando que as mulheres estão gradativamente mais ativas no corpo social do estado, conforme o Gráfico 1.

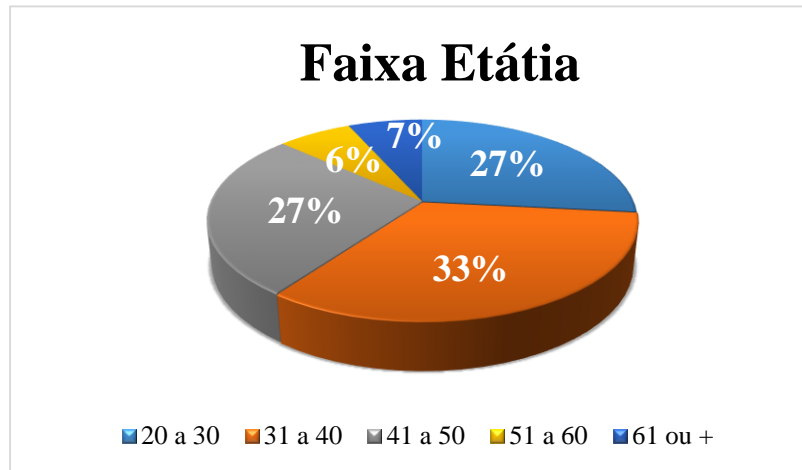
A faixa etária predominante é composta por 33% de indivíduos com idade entre 31 e 40 anos, seguidas por 27% de pessoas com 20 a 30 e mais 27% de 41 e 50, conforme o Gráfico 2, demonstrando que o fator idade em relação ao ato de empreender é irrelevante, pois, de acordo com Dornelas (2007) qualquer um pode se tornar um empreendedor.

Gráfico 1: Segmentação por gênero.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Gráfico 2: Segmentação por faixa etária.



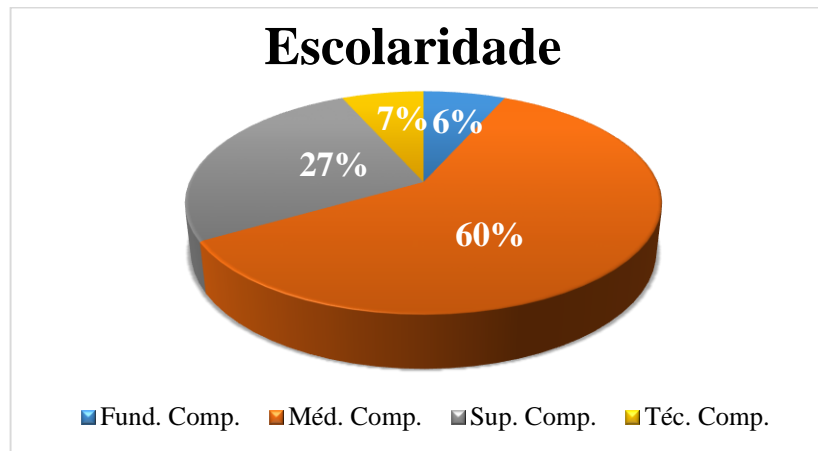
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A escolaridade e a capacitação são aspectos altamente importantes para qualquer profissão, seja ela empreendedora ou não, sendo este imprescindível para aqueles que almejam conquistar o êxito.

Diante disso, os resultados obtidos são bastante preocupantes, pois quando perguntava-se sobre a capacitação e escolaridade do gestor da empresa 60% dos entrevistados tinham apenas o ensino médio completo, conforme o Gráfico 3, e cerca de 36% dos microempreendedores não procuravam se capacitar, e apenas 27% tinham o ensino superior completo, conforme com o Gráfico 4.

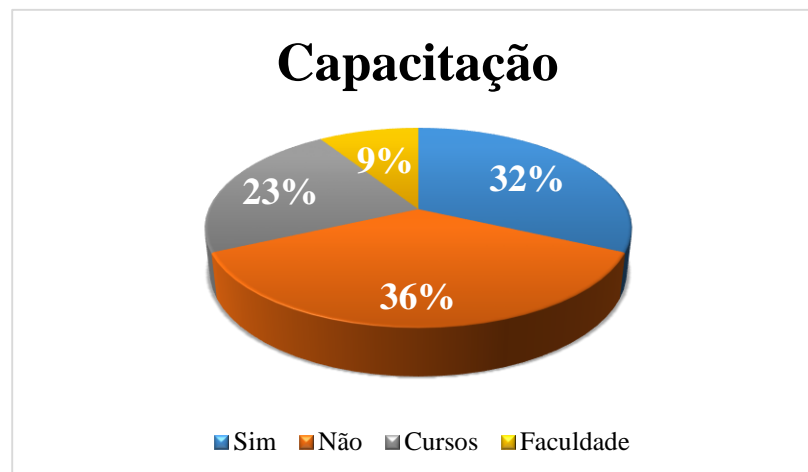
Os poucos casos de empreendedores com graduação, estas eram em áreas diferentes da qual estavam atuando no momento. Este fato é um dos geradores da dificuldade de gerir seus empreendimentos, pois faltavam-lhe habilidades administrativas, fazendo com que o desenvolvimento dessas novas organizações seja de maneira inadequada, ficando para trás no que se diz respeito às vantagens competitivas impostas pelo mercado (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Gráfico 3: Segmentação por escolaridade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Gráfico 4: Segmentação por capacitação.



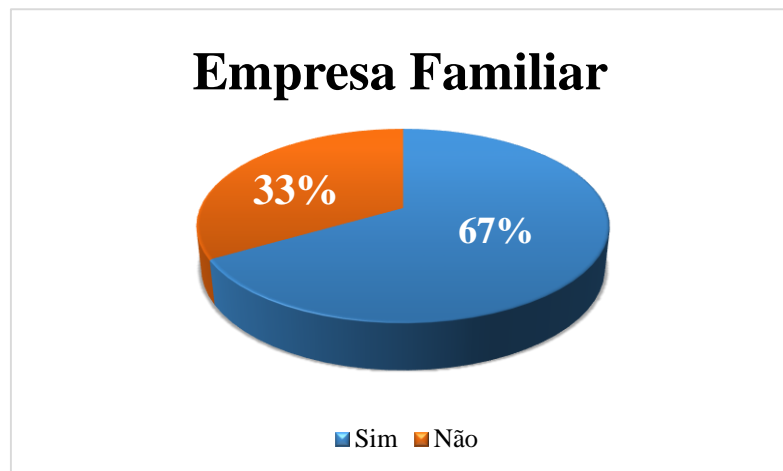
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

4.2 ATRIBUTOS DA EMPRESA

No mercado de hoje em dia percebe-se que o número de empresas familiares vem crescendo gradativamente nos últimos anos, pois os indivíduos estão buscando, através da abertura de um negócio próprio, a saída mais eficaz no que se diz respeito à crise econômica que o país se encontra, e, conseqüentemente, maior independência profissional, possuindo assim controle sobre suas vidas e trabalhos (GERSICK et al, 1997).

Diante disso, e dos resultados obtidos, é perceptível que as empresas denominadas familiares faz parte da grande maioria das organizações do ramo de variedades na região norte de Natal, com cerca de 67% das afirmativas, de acordo com Gráfico 5. Vindo de encontro com as pesquisas de Gersick et al (1997), em que relata que cerca de 80% dos empreendimentos do mundo são familiares, sendo grande parte constituída por micro e pequenas empresas.

Gráfico 5: Empresa familiar.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Para que o empreendimento obtenha sucesso, segundo Drucker (1986) não é só necessário que se tenha o espírito empreendedor, mas sim que a coloque em prática, e para isso é necessário planejamento das ações que irá desempenhar dentro da organização, como exemplo as ferramentas da própria administração.

Dessa forma, diante dos resultados, pode-se perceber que há um grande percentual bastante preocupante quando se fala sobre o planejamento que é desenvolvido dentro das

empresas do ramo de variedades da região norte de Natal, pois pouco mais de 70% dos entrevistados não possuem planejamento de suas ações, conforme o Gráfico 6.

Gráfico 6: Planejamento estratégico.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Criar um novo empreendimento no mercado de hoje em dia precisa-se além de ideias inovadoras, isto é, assumir os riscos recorrentes desse ato (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). E uma das maneiras que o empreendedor dispõe de reduzir esses riscos é a formalização da empresa, visto que esse procedimento minimiza as possíveis dificuldades encontrada na trajetória dos novos microempreendedores.

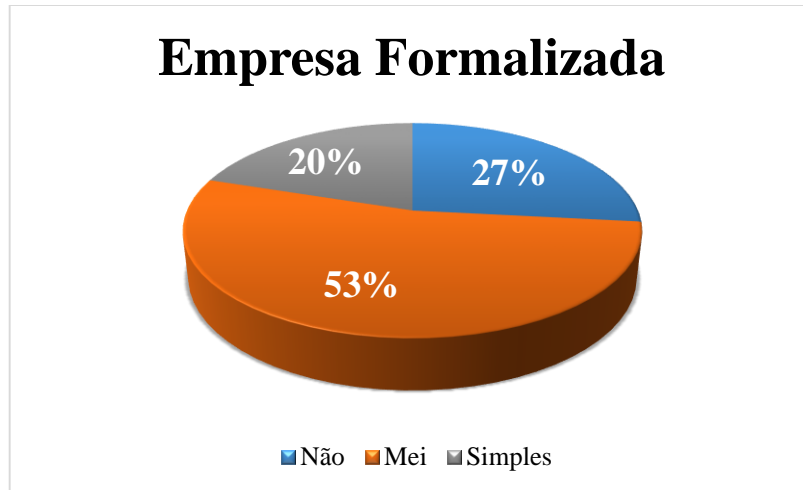
Um exemplo significativo é a fiscalização da Receita Federal, pois quando uma organização está agindo de forma ilegal, ou seja, sem pagar impostos e sem emitir notas fiscais o empreendedor estará sujeito a multas, corretivos, retenção de suas mercadorias e possivelmente o fechamento do estabelecimento (DOMENEGUETTE, 2011).

Tendo isso em vista, além de metas bem traçadas e objetivos definidos esses novos microempreendedores têm o dever formalizar suas empresas, pois com estas normatizadas será mais fácil que o empreendimento obtenha o sucessivo crescimento.

Isso posto, pode-se dizer que os empreendedores do ramo de variedades da região norte de Natal está de acordo com a lei, já que cerca de 73% tem suas empresas são formalizadas seja

ela no Microempreendedor Individual (MEI) ou no Simples, conforme o Gráfico 7. Entretanto, essa porcentagem negativa, cerca de 27%, é apreensivo de acordo com a fiscalização do estado.

Gráfico 7: Empresa formalizada.



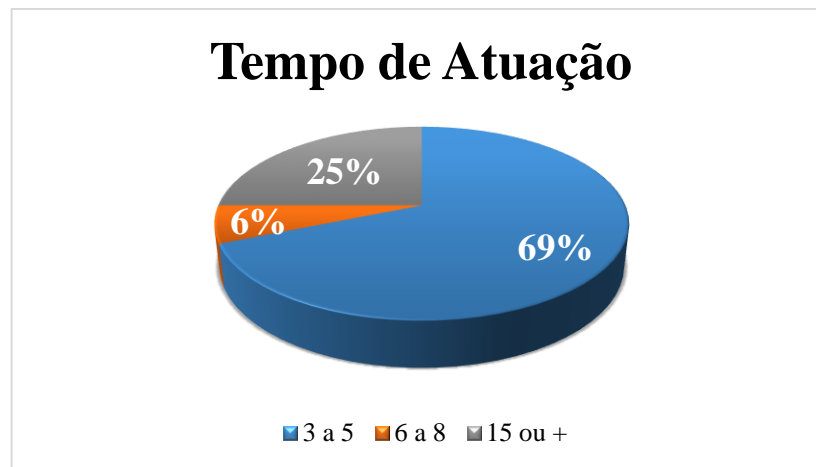
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

O tempo de atuação no mercado é um aspecto bastante importante, pois determina a maturidade da mesma em seu mercado. Segundo Dornelas (2007), uma empresa considerada de sucesso é aquela que atinge cinco anos ou mais de atuação no mercado, ou seja, quando se alcança esse período indica que o empreendedor se estabilizou no ramo, pois a maioria dos empreendimentos acabam fechando antes completar dois anos de atuação.

Diante desses aspectos a presente pesquisa demonstra que a tese de Dornelas é condizente com a realidade dos microempreendedores da região norte de Natal, pois uma significativa parte das organizações, cerca de 25%, tem quinze anos ou mais de atuação, sendo assim, já consolidadas neste ramo e com riscos relacionados com a crise da economia minimizados, conforme o Gráfico 8.

Neste sentido, essa porcentagem de tempo de atuação entre 3 e 5 anos de atuação que ultrapassa os 70% é satisfatória, pois estas organizações já passaram dos maiores riscos do novo empreendedor, sendo assim o ponto de partida da busca da consolidação do negócio, de acordo com o Gráfico 8.

Gráfico 8: Tempo de atuação no mercado.



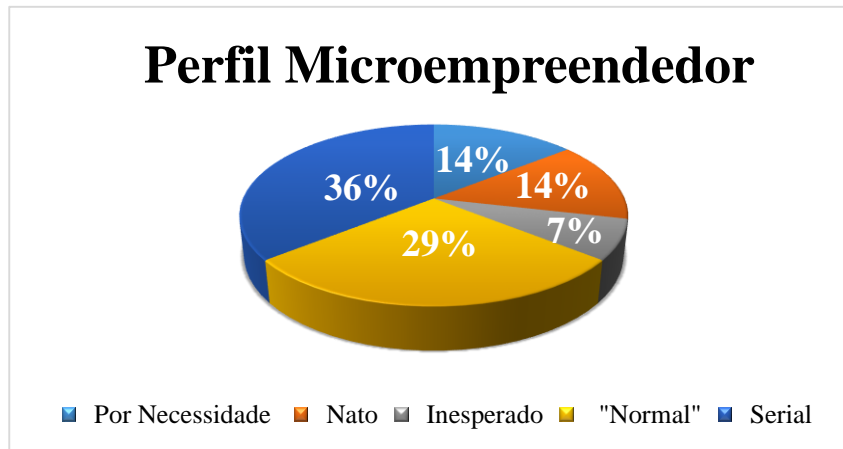
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

O objetivo principal do estudo é a definição no que se diz respeito ao Perfil do Microempreendedor da Zona Norte de Natal, uma tarefa difícil, já que há variadas definições do termo empreender ou o que é necessário para se tornar um empreendedor de sucesso, em que, geralmente, não se distinguem completamente, mas sim que se complementam. Dessa forma é necessário que se tome um autor que possa abranger as diferentes visões quando fala-se de empreender.

Desse modo, o livro de Dornelas (2007), “Empreendedorismo na Prática”, é uma obra completa que mostra a visão dos empreendedores do Brasil, na qual em sua produção deste o autor fez uma pesquisa grande o bastante, em que encontrou e definiu oito perfis empreendedores, onde abrange as mais diversas áreas de atuação que habitualmente estão sendo norteadas por conceitos ligados com o risco e a inovação.

Entre os perfis de Dornelas (2007), pode-se dizer que o Perfil da Zona Norte de Natal é o Serial, com cerca de 36%, que são aqueles não só apaixonados pelas empresas que cria, mas sim pelo ato de empreender, de assumir riscos continuamente, conforme o Gráfico 9.

Gráfico 9: Perfil do Microempreendedor.



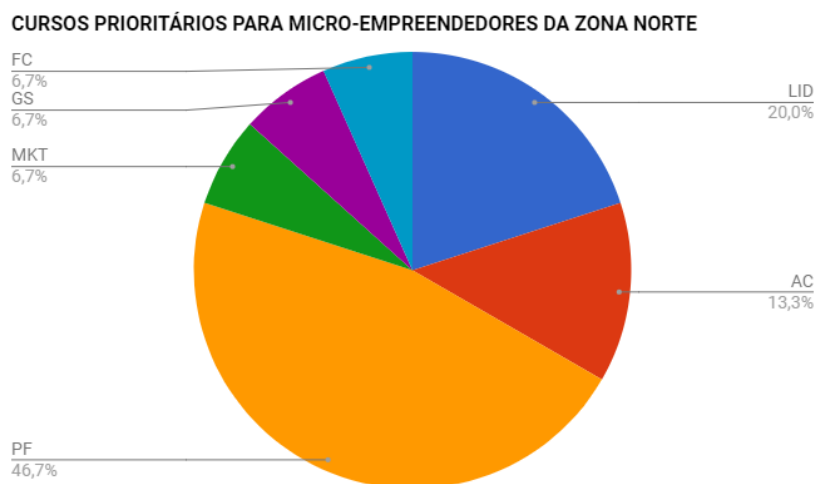
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

4.3 FRAGILIDADES NA CAPACITAÇÃO

No início da pesquisa foi percebido que os gestores das empresas tinham dificuldades com relação com a gestão do estabelecimento, tendo isso em vista, uma das questões que fazia parte do questionário era qual a maior necessidade/dificuldade na administração do empreendimento, fazendo com que marcassem em ordem de prioridade, como sendo 1 para a alternativa mais importante e 8 para a menos importante. Dessa forma, foi possível diagnosticar quais são suas principais dificuldades.

Com essas informações, pode-se perceber que o planejamento financeiro vem em 1º lugar nas ações de controle e planejamento das medidas dentro do estabelecimento com cerca de 46,7%, seguida por atendimento ao cliente com 13,3%, conforme o Gráfico 10.

Gráfico 10: Cursos prioritários para microempreendedores da Zona Norte.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Tabela 1: Legenda: Cursos Prioritários.

LEGENDA	
LID	Gerenciamento de equipe/liderança
FC	Fluxo de caixa
GE	Gestão de estoques
INF	Curso básico em informática
MKT	Marketing
GS	Gestão de serviços
PF	Planejamento financeiro
AC	Atendimento ao cliente/vendas

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo identificar o perfil dos microempreendedores do ramo de variedades da Zona Norte de Natal. Foi verificado que a localidade está em constante crescimento econômico e essa atividade é bastante ressaltada no local.

O microempreendedor dessa região é principalmente caracterizado por jovens adultos e por mulheres, sendo formada em sua maioria por empreendimentos familiares, sem deixar de lado a sua formalização, sendo ela por meio do MEI ou do Simples.

Com uma visão geral dos resultados, a pesquisa demonstra que o microempreendedor da região estudada é bastante diversificado a qual dribla as dificuldades de maneira inovadora, pois apesar da não capacitação, das dificuldades de administração do estabelecimento, tais como a perspectiva do planejamento financeiro e da falta de planejamento, esses indivíduos estão conquistando seu espaço no mercado, sendo muitas das vezes a forma que encontraram para esquivar-se dos contratempos do desemprego.

O estudo apresentou algumas dificuldades na sua execução, pois foi de difícil aceitação diante dos entrevistados, na qual no ato da aplicação dos questionários perguntava-se pelo gestor/dono do estabelecimento, e muitos destes não estavam presentes ou estavam ocupados para dar a devida atenção, ou até não tinham a confiabilidade de fornecer tais informações.

É indicado que haja pesquisas futuras, relacionadas como ele pensa/agi diante do mercado que está inserido para que esta seja complementada, pois com a continuidade do estudo acarretará a respostas mais aprofundadas, e, conseqüentemente, com uma menor margem de erro, já que essa pesquisa se estabeleceu com apenas 15 microempreendedores da localidade.

REFERÊNCIAS

- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Cultura, 2008. 319 p.
- DOMENEGUETTE, Flávia. Documentos fiscais x penalidades, 2011. Disponível em: <http://www.fiscaldocs.com.br/arquivos/documentos_fiscais_x_penalidades.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2017.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: na prática**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 1986.
- GERSICK, Kelin E. et al. **De geração para geração: ciclos de vida das empresas familiares**. Negócio, 1997.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. São Paulo: Artmed, 2009.
- LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- PESQUISA GEM. Sebrae, 2015. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/pesquisa-gem-revela-taxa-de-empreendedorismo-no-pais,eb3913c334085510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 03 abr. 2017.
- PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 42. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989. 512 p.

APÊNDICE

Questionário | O perfil do empreendedor da Zona Norte de Natal

1. Gênero: Feminino Masculino
 2. Faixa etária: 20 a 30 31 a 40 41 a 50 51 a 60 61 ou mais
 3. Escolaridade: Ensino Fundamental incompleto
 Ensino Fundamental completo
 Ensino Médio incompleto
 Ensino Médio completo
 Ensino Superior incompleto
 Ensino Superior completo
 Ensino Técnico incompleto
 Ensino Técnico completo
- 3.1. Qual área?

4. Já procurou algum tipo de capacitação: Sim Não
 - 4.1. Se sim, qual: Cursos Consultoria Faculdade Outros
 Qual Instituição? _____
 Quais áreas do curso? _____
 5. A empresa é familiar? Sim Não
 6. Existe algum tipo de planejamento estratégico: Sim Não
 7. Empresa é formalizada: Sim Não
 - 7.1. Se sim, qual o tipo de formalização: MEI (Microempreendedor Individual)
 Simples
 8. Há treinamento para funcionários: Sim Não
 9. Ramo de atuação:

 10. Tempo de atuação: 3 a 5 6 a 8 9 a 11 12 a 14 15 ou mais
- Marque uma afirmativa na qual você se identifica:**
- Abri meu próprio negócio porque não tive alternativa, e precisava sustentar a casa.
- Recebi a missão de continuar o legado de sua família.
- Comecei a trabalhar muito jovem e assim adquiri habilidade de negociação e de vendas, mas não fiz cursos para me profissionalizar. Aprendi fazendo.

Fiz alguns cursos profissionalizante, sei vender meu produto. Acredito que do meu trabalho consigo retirar meu sustento, mas não o vejo com perspectiva de grande crescimento.

Planejo minhas ações, trabalho em cima de metas, as quais acompanho e tenho uma visão voltada para o futuro. Estou sempre procurando melhorar minha empresa.

Vejo no empreendedorismo um caminho para mudar de vida e me vejo como um líder que ainda tem muito a crescer. Acredito que minha empresa crescerá muito e estou buscando me capacitar para este crescimento.

11. Que conhecimentos o Sr. (a) julga necessário ser aprimorados, para melhor gestão da empresa:

- Coloque por nível de prioridade (1 será o mais importante e 8 para menos importante)

- () Gerenciamento de equipe/liderança
 () Fluxo de caixa
 () Gestão de estoques
 () Curso básico de informática (Excel, Word, Internet)
 () Marketing (Promover a marca/empresa)
 () Gestão de serviços
 () Planejamento financeiro
 () Atendimento ao cliente/vendas

12. Quais as principais dificuldades que o Sr. (a) encontram no dia-a-dia em suas atividades empreendedoras?

13. O Sr. (a) tem conhecimento do IFRN na ZN?

- Sim Não

14. O Sr. (a) conhece os cursos e modalidades que o IFRN-ZN oferece?

- Sim Não

15. A sua empresa contrataria um estagiário do IFRN-ZN? Por que?

16. Como o IFRN-ZN poderia contribuir para a melhoria do seu negócio?
