

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

MARIA ALICE PEREIRA DA SILVA NASCIMENTO

**PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR DO RAMO DE VESTUÁRIO DA ZONA  
NORTE DE NATAL**

NATAL/RN  
2017

MARIA ALICE PEREIRA DA SILVA NASCIMENTO

**PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR DO RAMO DE VESTUÁRIO DA ZONA  
NORTE DE NATAL**

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

Orientação: Prof. M.Sc. Marlene Medeiros.

NATAL/RN

2017

MARIA ALICE PEREIRA DA SILVA NASCIMENTO

## **PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR DO RAMO DE VESTUÁRIO DA ZONA NORTE DE NATAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Técnico em Comércio, do Instituto Federal de Educação, Ciência 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, por me incentivar a correr atrás dos meus sonhos, e por me apoiar nas minhas decisões.

Agradeço pela gama de maravilhosos professores que atravessaram a minha história durante minha estadia no instituto, e que contribuíram para a minha formação.

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

E por fim as duas grandes amigas, Luana Monte e Joyce Costa, pela amizade que construí durante esses quatro anos, as quais acompanharam a minha trajetória e evolução acadêmica e pessoal.

“Cada sonho que você deixa pra trás, é um pedaço  
do seu futuro que deixa de existir.”  
(Steve Jobs)

## RESUMO

O empreendedorismo é um termo que está em evidência, em consequência da crise econômica, não só do Rio Grande do Norte (RN), 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 vestuário 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; Vestuário.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1:	Segmentação dos Microempreendedores por gênero	18
Gráfico 2:	Segmentação dos Microempreendedores por faixa etária.	19
Gráfico 3:	Segmentação dos Microempreendedores por capacitação.	20
Gráfico 4:	Segmentação dos Microempreendedores por grau de escolaridade.	20
Gráfico 5:	Segmentação das empresas por planejamento	21
Gráfico 6:	Classificação das empresas, segundo familiar ou não	22
Gráfico 7:	Segmentação por formalização das empresas	22
Gráfico 8:	Segmentação dos empreendedores por tempo de atuação no mercado	23
Gráfico 9:	Perfil do empreendedor da Zona Norte de Natal no ramo de vestuário	24
Gráfico 10:	Grau de necessidade de treinamento de acordo com os gestores	25
Quadro 1:	Áreas de conhecimento para cursos de formação	25

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	9
1.1	<b>OBJETIVOS.....</b>	10
1.1.1	Objetivo geral.....	10
1.1.2	Objetivos específicos.....	10
2	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	11
2.1	NATUREZA DO EMPREENDEDORISMO.....	11
2.2	INTENÇÕES EMPREENDEDORAS.....	14
2.3	A ESCOLA EMPREENDEDORA.....	14
2.4	GESTÃO DE EMPREENDEDORISMO.....	16
3	<b>METODOLOGIA.....</b>	17
4	<b>ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	18
4.1	IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL SOCIOECONÔMICO E EDUCACIONAL	18
4.2	ATRIBUTOS DA EMPRESA.....	20
4.3	FRAGILIDADES NA CAPACITAÇÃO.....	24
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	26
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	27
	<b>APÊNDICE.....</b>	28



## 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”, 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 vestuário. 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 vestuário 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 vestuário, localizados na Zona Norte de Natal/RN.

### 1.1.2. **Objetivos específicos**

- identificar o perfil socioeconômico e educacional desses microempreendedores;
- Identificar atributos da empresa, quanto a formalização e tempo de atuação;
- Identificar principais fragilidades 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, p.36, 1986).

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 ressurgiu a ligação de risco com o empreendedor (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

No século XVIII os indivíduos que tinham um capital já eram considerados pessoas diferenciadas 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 se fala 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 possa-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 tem 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 apaixonava-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 são 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 chegaria no 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 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 do 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 inovador de uma organização de propriedade de outro (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

#### 2.4. GESTÃO 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 um 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, as micros, pequenas e médias empresas vem ganhando destaque no mercado, isso porque os empreendimentos de sucesso passaram a ser caracterizados 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 vestuário da região Norte de Natal.

A amostra escolhida foram quinze microempreendedores atuantes no ramo de vestuário, no qual são localizados na Zona 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 realizado 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.

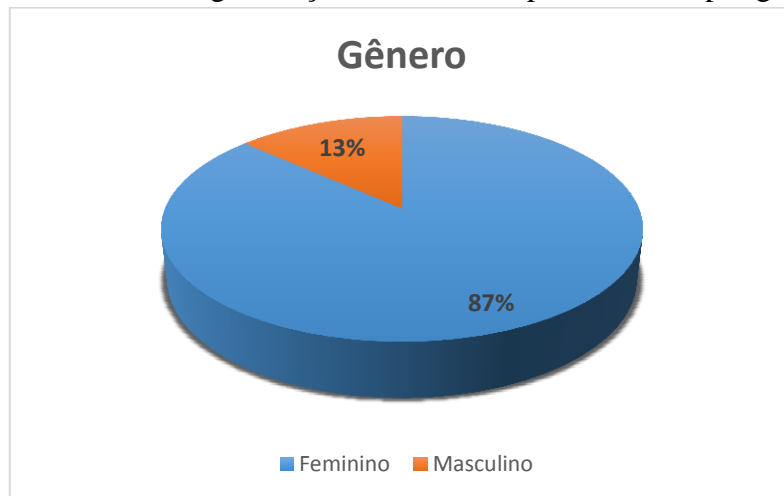
A próxima seção apresenta a análise dos dados.

## 4. ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1. IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL SOCIOECONÔMICO E EDUCACIONAL

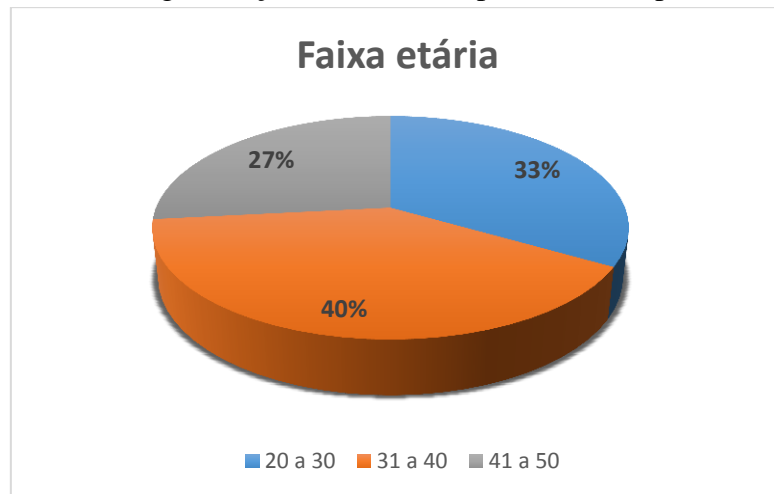
No ramo de vestuário da Zona Norte de Natal, as mulheres prevalecem como gestoras, tomando conta de cerca de 90% desse mercado conforme o Gráfico 1, o que confirma a tese de Leite (2012), no qual afirma que o sexo feminino vem lutando por seu espaço e conquistando-o, tornando-se progressivamente mais ativas na população mundial. A faixa etária menor que 40 anos tem predominado o mercado como mostra o Gráfico 2, apontado que cada vez mais cedo o potencial empreendedor tem sido exercido.

Gráfico 1: Segmentação dos Microempreendedores por gênero



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Gráfico 2: Segmentação dos Microempreendedores por faixa etária.

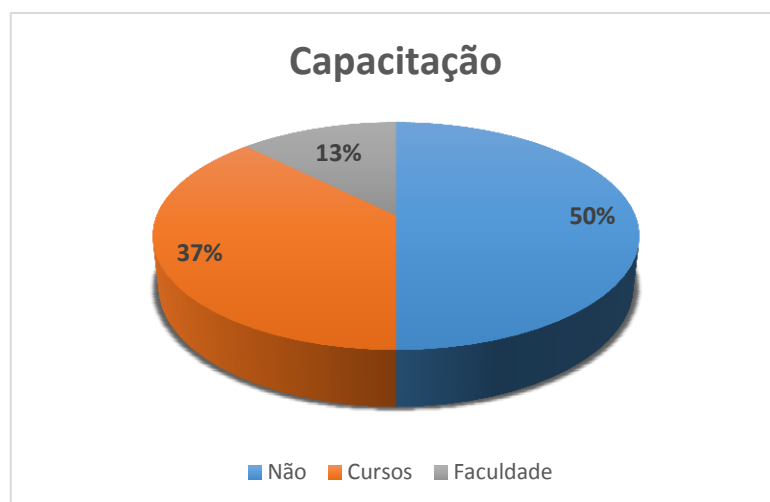


Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Gerir um negócio não é uma tarefa fácil, por isso requer muitas vezes ações e decisões que podem ou não mudar o rumo de tudo, e a capacitação para está na frente de uma empresa pode se tornar um diferencial em um mercado como o da Zona Norte de Natal, onde 50% dos gestores não procuram se capacitar como mostra o Gráfico 3, e assume o risco de acabar ficando para trás, uma vez que está treinado para enfrentar os dilemas do dia-a-dia deixa aqueles que buscaram capacitação um passo à frente no mercado, pois, estarão preparados para os percalços diários (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

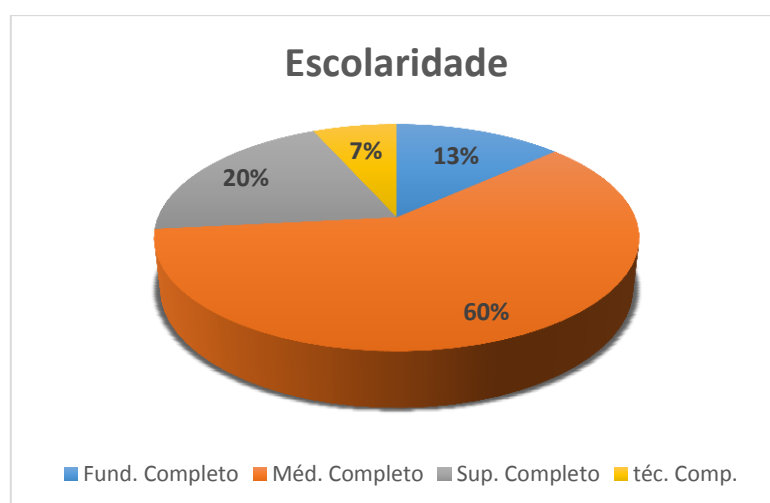
Quanto à escolaridade, 60% dos empreendedores só chegaram a completar o ensino médio como demonstra o Gráfico 4, confirmando a falta de capacitação dos mesmos.

Gráfico 3: Segmentação dos Microempreendedores por capacitação.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Gráfico 4: Segmentação dos Microempreendedores por grau de escolaridade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

#### 4.2. ATRIBUTOS DA EMPRESA

Planejar suas ações é imprescindível para que suas atividades não sejam feitas aleatoriamente, deste modo, planificar o funcionamento de uma empresa é importante para

que a qualidade no produto/serviço ofertado pelo empreendimento seja alcançada, pois tudo seguirá uma sequência pré-determinada pelo gestor e seus colaboradores (DRUCKER, 1986).

Os empreendedores da região estudada afirmam ter em seus estabelecimentos algum tipo de planejamento, como mostra no Gráfico 5, 67% dessas empresas planejam suas ações, o que certamente é muito bom para que elas consigam lidar com as dificuldades diárias.

Gráfico 5: Segmentação das empresas por planejamento

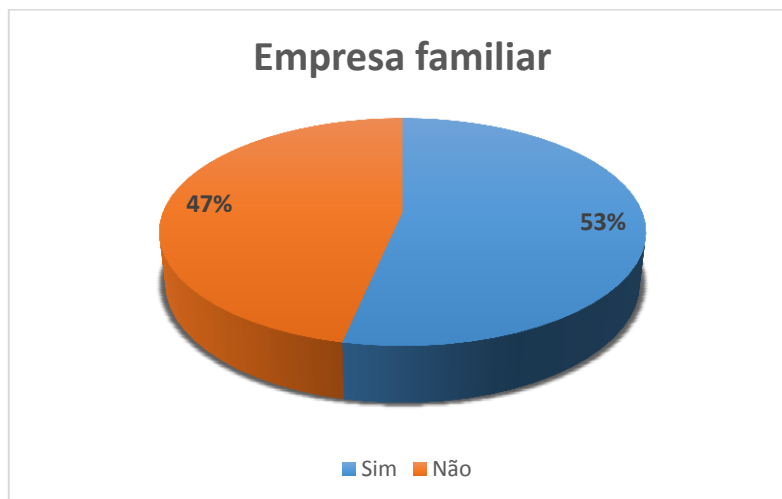


Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Atualmente, a Zona Norte de Natal conta com uma parcela significativa de empresas familiares no ramo de vestuário, somando 53%, como indica o Gráfico 6.

Para Leone (1992 apud MACHADO, 2005), a empresa é familiar quando foi iniciada por um membro da família, quando membros da família participam da propriedade ou direção, ou ainda quando há valores institucionais ligados à família e a sucessão está vinculada à família.

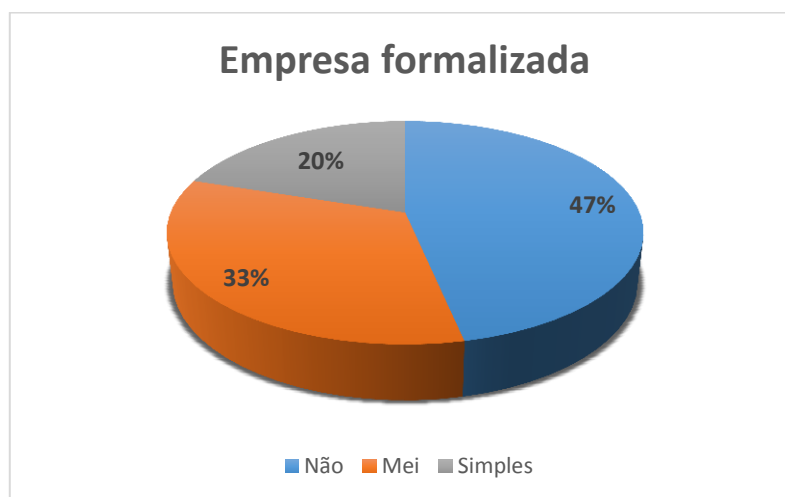
Gráfico 6: Classificação das empresas, segundo familiar ou não



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Um dado preocupante sobre os empreendimentos usados no estudo, de acordo com o Gráfico 7 é que quase metade deles não estão formalizados, no qual deixa esses comércios em riscos iminentes, já que a qualquer momento podem ter suas mercadorias fiscalizadas e apreendidas, caso a receita federal apareça, e ter suas portas fechadas, dessa forma o que era a solução para sair da crise pode virar um problema ainda maior para esses micro e pequenos empreendedores (SEBRAE 2010).

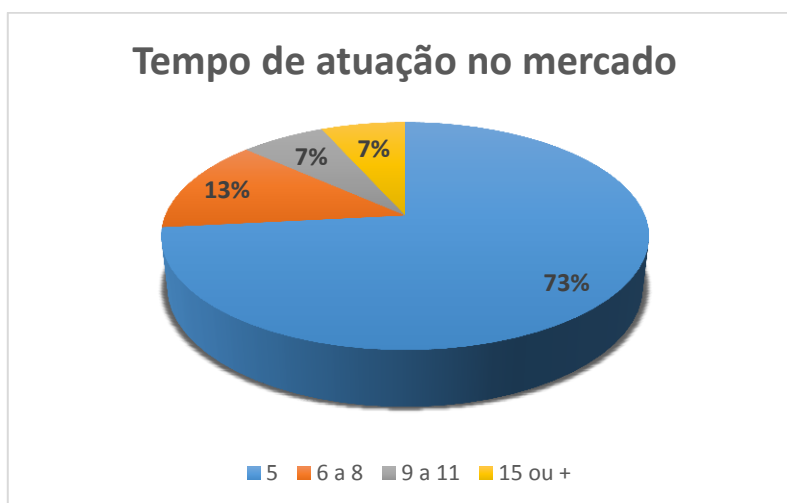
Gráfico 7: Segmentação por formalização das empresas



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Muitos estudiosos do Empreendedorismo, a exemplo de Dornelas, afirmam que as empresas de sucessos são aquelas que atingiram 5 anos no mercado, em razão de muitas fecharem as portas antes dos 2 anos. O SEBRAE (2010) aponta que 60% delas fecham por muitos motivos, dentre eles a falta de conhecimento administrativos, o que leva o fato da capacitação ser fator importante para está se firmando no mercado. Dos estabelecimentos usados como objetos do presente estudo, 73% passaram desse momento crítico como indica o Gráfico 8, no entanto, ainda não atingiram o sucesso, mas estão caminhando de encontro a ele.

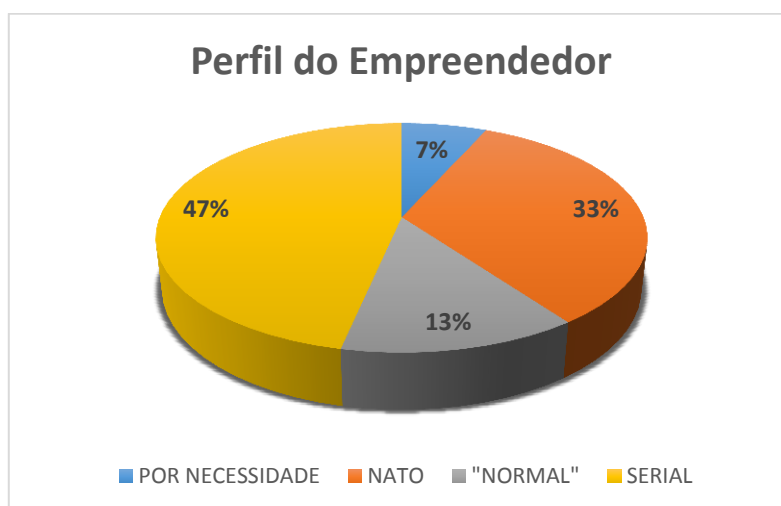
Gráfico 8: Segmentação dos empreendedores por tempo de atuação no mercado



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

O perfil do empreendedor da Zona Norte de Natal no ramo de vestuário é predominantemente serial, especificado no Gráfico 9. Segundo Dornelas (2007), o empreendedor serial é aquele apaixonado pelo ato de empreender e sua maior habilidade é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir implementadas. No entanto, uma boa parcela desses gestores estão classificados como empreendedores Nato, definidos por serem os que começam a trabalhar muito jovem e adquirem habilidades de negociação e de vendas (DORNELAS, 2007), esse por sua vez entra em conformidade com os dados de faixa etária, que indica a entrada no mercado cada vez mais cedo.

Gráfico 9: Perfil do empreendedor da Zona Norte de Natal no ramo de vestuário



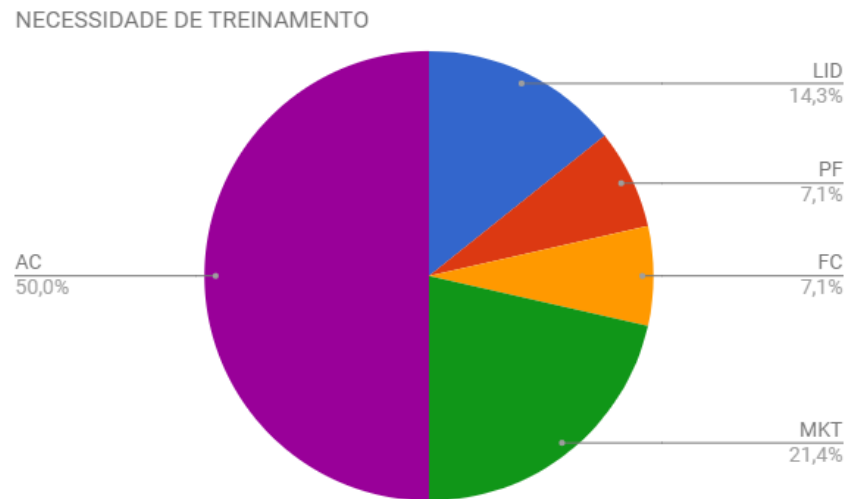
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

#### 4.3. FRAGILIDADES NA CAPACITAÇÃO

Para os gestores da região estudada o atendimento ao cliente surge como o principal ponto para ser melhorado, pois acreditam que os clientes precisam está sempre em primeiro lugar. Em seguida aparece o marketing, no qual dá continuidade ao raciocínio de clientes à frente, uma vez que o marketing busca entender e atender as necessidades dos clientes. No Gráfico 10, apresentam-se outros itens à ser melhorado segundos os gestores classificaram como de primeira ordem.



Gráfico 10: Grau de necessidade de treinamento de acordo com os gestores.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Quadro 1: Áreas de conhecimento para cursos de formação

LEGENDA	
<b>LID</b>	Gerenciamento de equipe/liderança
<b>FC</b>	Fluxo de caixa
<b>MKT</b>	Marketing
<b>GS</b>	Gestão de serviços
<b>AC</b>	Atendimento ao cliente/vendas

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo que tinha como objetivo identificar o perfil do empreendedor das proximidades do campus Zona Norte do Instituto Federal do Rio Grande do Norte, em um caráter descritivo, identificou algumas problemáticas relevantes.

As informações alcançadas com as aplicações de questionários mostram uma falta de capacitação por parte dos que estão à frente dos comércios da localidade estudada, o que torna ainda mais difícil a permanência no mercado. Em contraponto está a presença de planejamento nos empreendimentos, importante para auxiliar nas atividades que serão desenvolvidas, nas tomadas de decisões e ações futuras, apoio importante para a conservação do estabelecimento no ramo de atuação, no qual poderá mudar o rumo da empresa.

Outro conhecimento obtido com a pesquisa é o perfil do empreendedor da Zona Norte de Natal no ramo de vestuário, em que está dividida entre o empreendedor Serial e Nato, sendo respectivamente 47% e 33% suas classificações.

Com os dados levantados e sabendo que o empreendedorismo movimenta a economia de uma região ou até mesmo de uma país, foi de suma importância saber o perfil dos empreendedores para que pudéssemos fornecer informações úteis para a elaboração de projetos futuros, realizados por alunos e professores do *campus*.

Com a ciência de que os empreendedores sentem dificuldades maiores na área de atendimento ao cliente e marketing, o *campus* pode oferecer minicursos ligados às áreas no qual esses gestores detectaram *déficit*.

É notável que a crise leva muitos a abrir negócios como uma forma de sobreviver na atual situação econômica do país, no entanto a falta de capacitação acaba os levando a cometer erros na hora de gerir seu comércio.

Considerando a falta de capacitação por boa parte dos empreendedores da região estudada, projetos de extensão e/ou minicursos voltados ao empreendedorismo e administração, serão boas assistências na habilitação desses empresários, que irão estar mais qualificados para gerir seus negócios.

A pesquisa trabalhou com uma amostra de 15 empreendedores no ramo de vestuário, uma limitação da pesquisa, no qual poderá posteriormente ser replicada com uma amostragem maior, que diminuirá a margem de erro.

## REFERÊNCIAS

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Cultura, 2008. 319 p.

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 Edições Ltda, 1986.

EMPREENDEDORISMO no Brasil: 2015. Sebrae, 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)>. Acesso em: 03 abr. 2017.

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.

MACHADO, Hilka Vier. Reflexões sobre concepções de família e empresas familiares. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 02, p.317-323, maio 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n>>. Acesso em: 25 set. 2017.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

PESQUISA GEM. 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. (Ed.). **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 42. ed. Rio de Janeiro: Elseve, 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?**

---

---