

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

Rosiane Rocha Rafael

**ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO INFORMAL NA PERIFERIA
DO BAIRRO DE FELIPE CAMARÃO EM NATAL/RN**

**NATAL-RN
2008**

ROSIANE ROCHA RAFAEL

**ESTUDO SOBRE EMPREENDEDORISMO INFORMAL NA PERIFERIA
DO BAIRRO DE FELIPE CAMARÃO EM NATAL/RN**

Monografia apresentada ao curso de
Administração com Habilitação em Marketing
da Faculdade Natalense para o
Desenvolvimento do Rio Grande do Norte,
como registro obrigatório para a obtenção do
título de Bacharel em Marketing.

Orientador: Josué Vitor de Medeiros Júnior,
M.Sc

Natal – RN
2008

121.28-89
2008
20 20 81

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Rafael, Rosiane Rocha

Estudo sobre empreendedorismo informal na periferia do bairro de Felipe
Camarão em Natal/RN / Rosiane Rocha Rafael. – Natal: FARN, 2008.
54 fls.

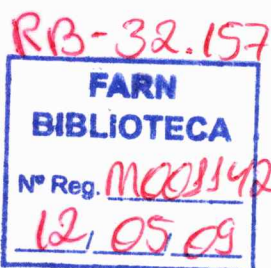
Orientador: Josué Vitor de Medeiros (Msc.)

Monografia (Bacharelado em Administração de Empresas) – Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Empreendedorismo – Monografia. 2. Setor Informal – Monografia. 3.
Análise de Dados – Monografia. I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 658.78



658.78
R1362
2008
ex:01

ROSIANE ROCHA RAFAEL

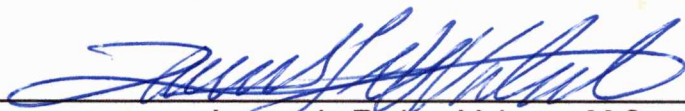
**ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO INFORMAL NA PERIFERIA
DO BAIRRO DE FELIPE CAMARÃO EM NATAL/RN**

Monografia apresentada ao curso de Administração com Habilitação em Marketing da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, aprovada em ____/____/____ pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:



Josué Vitor de Medeiros Júnior, M.Sc.
Orientador

Carlos Antonio de Lima Moreira, M.Sc.
Membro Examinador



James de Freitas Valente, M.Sc.
Membro Examinador

DEDICATÓRIA

Dedico toda a minha carreira estudantil primeiramente ao meu, Maravilhoso, Grandioso, Inexplicável, Onipotente, Único, ao meu verdadeiro Deus, Jesus, o Rei dos Reis dos Reis, o Senhor dos Senhores, que me criou e que me ama desde o ventre de minha mãe. Eu Te Amo Eternamente, meu Senhor Jesus, o Criador deste Mundo.

Em segundo lugar, dedico a toda minha família, que sempre mim ajudou e me apoiou em todos os momentos, fáceis e difícil que passei. A minha mãe, que tanto amo, que sempre esteve do meu lado, acima de tudo nesse mundo.

Ao meu maravilhoso Professor - Orientador, Josué Vitor, que me ajudou e que nos momentos que pensava que não iria conseguir, ele estava sempre pronto a me incentivar e me ajudar a vencer mais uma longa jornada da vida.

Dedico a todos os meus amigos, tanto os de perto quanto os que estão longe, mas que de certa forma me ajudaram muito.

Hoje posso dizer, com toda a alegria e com fôlego de vida: Posso todas as coisas, Naquele que me fortalece. E que o Senhor Jesus está sempre do meu lado, 24hs por dia, me ajudando e me guardando por onde quer que eu ande, pois Ele é o meu verdadeiro Pastor e nada irá me faltar.

Sim, a FARN, foi uma providência divina, um grande presente que ganhei do meu Senhor Jesus, por toda minha dedicação nessa minha vida de estudo.

Agradeço a todos que me ajudaram, tanto direta e indiretamente, pois Deus os recompensará grandemente, assim eu creio.

“Nós somos frutos da perfeição das mãos do Divino Criador, e os momentos que vivemos é o resultado do caminho que escolhemos trilhar, nessa longa jornada da vida”.

RESUMO

O crescimento do bairro de Felipe Camarão em Natal-RN propiciou o desenvolvimento de empreendimentos de pequeno a grande porte, muitos de natureza informal. A presente pesquisa objetivou avaliar as razões para a presença do empreendedorismo Informal no Bairro de Felipe Camarão. A pesquisa exploratória descritiva teve uma amostra aleatória de 137 empresas, em um universo de 419 empresas locais e foi utilizado o questionário como o instrumento de coleta de dados composto por 12 perguntas tanto fechadas como abertas. Como principais resultados, percebeu-se que as empresas são administradas por mulheres, entre a faixa etária de 41 à 50 anos, que gerenciam empreendimentos principalmente voltados para o comércio, atuando no mercado a mais de 6 anos. Percebeu-se ainda que a maioria dos empreendimentos são informais, embora a grande parte destes planejem sair da informalidade. Conclui-se que a existência do comércio informal é resultado da falta de planejamento e de interesses de órgãos e empresas em oferecer apoio aos empreendedores, fazendo com que os mesmos não adquiram ferramentas necessárias para a administração do negócio. Essas ferramentas vão desde incentivos financeiros, reestruturação dos empreendimentos, capacitação e orientações empreendedoras para atuarem no mercado. Apesar destes fatores, esses empreendedores buscam se formalizarem, objetivando a participação de forma leal no mercado competitivo.

Palavras-chaves: Empreendedorismo; Informalidade; Formalidade.

ABSTRATO

With the growth of the quarter of Philip Shrimp, in Christmas-RN, the local commerce also if expanded, making possible the opening of enterprises of small the great transport, many of informal nature. The present research objectified to evaluate the reasons for the presence of the Informal empreendedorismo in the Quarter of Philip Shrimp, in Natal/RN. The type of the chosen research was the quantitative one, having as universe of 419 local companies and a random sample of 137 companies, with 7% of possibility of errors and 95% of level of trustworthiness, being used the instrument of collection of data - composed questionnaire for 12 in such a way closed questions as opened. The applied questionnaire was used through the personal boardings with the entrepreneurs in the quarter. As result, one perceived that the companies are managed for more than the half of people of the feminine sex, mainly enters the etaria band of 41 the 50 years, with escolaridade average education, come back toward the rendering of services and the commerce, acting of the market more than 6 years, being that more than the half of the enterprises is informal, and having as main reason for its sprouting, the experience that the same ones already possess in the area and searches for independence financier. Currently, 52.63% of the companies plan to leave the informality, searching half they make possible that them to face the difficulties, as the lack of financial resources and the bureaucracy. Others still informal 5.26%, do not plan if to legalize, due the strategical lack of vision and to be located in the market, of form, that can compete of loyal form. The existence of the informal commerce is concluded that, is resulted of the lack of planning and interests of agencies and companies in offering support to the entrepreneurs, making with that the same ones, do not acquire necessary tools for the administration of the business. These tools go since financial incentives, enterprising reorganization of the enterprises, qualification and orientation to act in the market. Although these factors, these entrepreneurs search if to legalize, objectifying the participation of loyal form in the competitive market.

Word-Keys: Empreendedorismo; Informality; Formality

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Classificação dos gêneros das atividades	12
Gráfico 2 – Distribuição das pessoas nas empresas do setor informal, segundo grupos de atividades	29
Gráfico 3 – Sexo	35
Gráfico 4 – Faixa Etária	35
Gráfico 5 – Nível de Escolaridade	36
Gráfico 6 – Ramo de Atividade	36
Gráfico 7 – Tipo de Atividade	37
Gráfico 8 – Tempo de atuação dos Empreendedores no Mercado	37
Gráfico 9 – Motivos que incentivaram a abertura da Empresa	38
Gráfico 10 – Empresas Formais x Empresas Informais	39
Gráfico 11 - Empresas informais que desejam se formalizarem	39
Gráfico 12 – Motivos para a formalização do empreendimento	40
Gráfico 13 – Três principais dificuldades existentes para a formalização dos empreendimentos	41
Gráfico 14 – Três principais dificuldades encontradas pelos empreendedores no mercado	41
Gráfico 15 – Empresas que recebem incentivos para administrar o negócio	42
Gráfico 16 – Órgãos que incentivam a prática do empreendedorismo	43
Gráfico 17 – Tipos de incentivos atualmente oferecidos as empresas formais	43
Gráfico 18 – Expectativas futuras dos empreendedores	44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	
1.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE	09
1.2 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	10
1.3 OBJETIVOS	14
1.3.1 Geral	14
1.3.2 Específicos	14
1.4 JUSTIFICATIVA	14
2. REVISÃO DA LITERATURA	16
2.1 EMPREENDEDORISMO	16
2.1.1 Histórico	16
2.1.2 Empreendedorismo no Brasil	17
2.2 EMPREENDEDOR	20
2.2.1 Conceito	20
2.2.2 Caracterização do empreendedor	22
2.2.3 Tipos de Empreendedor	26
2.3 ECONOMIA INFORMAL	27
2.3.1 Evolução do Setor Informal	28
2.4 EMPREENDEDOR POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDOR POR NECESSIDADES	30
3. METODOLOGIA	32
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	32
3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO ALVO	32
3.3 PLANOS DE COLETA DE DADOS	33
3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	33
4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	34
4.1 Descrição dos dados coletados	34
4.2 Análise dos dados comentados	45
5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	47
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICE	52

1 INTRODUÇÃO

A economia ao longo do tempo vem passando por constantes transformações, seja ela no âmbito econômico ou cultural. Uma dessas transformações – a econômica, vem trazendo para a sociedade a prática de alternativas de trabalho, tanto para a obtenção de renda para a própria sobrevivência, como para a realização pessoal e profissional.

A sociedade apresenta como alternativa a prática do empreendedorismo informal, levando pessoas de diversas culturas, classes e lugares a viverem dentro de um mundo conhecido como informalidade. Por um lado, tem-se uma sociedade regida por costumes, tradições e leis, formando o empreendedorismo formal. Por outro lado, uma parcela da sociedade que por muitas vezes não consegue acompanhar as transformações, como o avanço tecnológico, torna-se forçada a fazer parte da informalidade resultante das dificuldades encontradas ao longo da vida.

Uma das divergências entre estes setores (formal e informal) é a maneira de crescimento das empresas. Enquanto que no mercado formal há maiores possibilidades de crescimento utilizando ferramentas para a captação de recursos, como empréstimos, parcerias confiáveis e duradouras, os informais enfrentam a falta de conhecimentos e de estratégias para a prática do empreendedorismo e leis que na impulsionam a formalização do empreendimento.

Possivelmente, a informalidade é caracterizada por trabalhadores que faziam e fazem parte do mercado formal. Devido às necessidades ou escolhas, essas pessoas decidiram passar para o mercado informal deixando de lado a assinatura na sua carteira de trabalho e alguns dos seus direitos como trabalhador, passando a enfrentar de forma independente o mercado.

Com o crescimento da informalidade, tornou-se mais fácil o acesso a certos produtos e com custo muitas vezes menores, mas por outro lado, os consumidores desse mercado também fazem parte do mercado formal que oferece opções de produtos também variados, mais com a diferença da opção de pagamento e de segurança na hora da troca do produto. Desta forma, os clientes desse mercado precisam também de um acesso e segurança na hora da compra de um produto ou serviço utilizado, de maneira que torna-se necessário a organização se adaptar as

exigências dos consumidores, oferecendo atendimento de qualidade e produtos que satisfaça a necessidade desse público.

Para Lourenço *et al.* (2007), a presença do setor informal no desenvolvimento de um país é caracterizada na prática através da geração de rendas para sobrevivência de uma parcela da sociedade, de geração de vagas de empregos e de alternativas que facilita o acesso do cliente a produtos e serviços. Por outro lado, a presença da informalidade acarreta a perda da importância dos empregos com carteira assinada, gerando uma distorção na estrutura tributária de um país.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE

O Bairro de Felipe Camarão tinha como proprietária das suas terras a viúva Machada. Ela era conhecida como uma tradicional proprietária de vários terrenos na cidade do Natal, desde então, a partir de 1933 essas terras de propriedade da viúva já se encontravam registradas no Patrimônio da União.

A viúva Machada resolveu vender as suas terras situadas entre os Bairros de Guarapes e Felipe Camarão para o Empresário Raimundo Paiva e para a Empresa Gerna – Agropecuária e Indústria Limitada. A partir da realização da venda, o Empresário Gerold Geppert que era naturalizado brasileiro, apesar de ser alemão, tomou a iniciativa de registrar o terreno e a partir daí criar o loteamento Reforma. Esse loteamento abrangia quatro bairros como Guarapes, Planalto, Quintas do Vigário e Peixe-Boi, sendo considerado o maior loteamento já registrado no Estado do Rio Grande do Norte.

Por volta da década de 1950, o bairro começou a receber um índice considerável de ocupação, por parte dos imigrantes que vinham do interior do Estado, por programas voltados para a população de baixa renda, como o Promorar, se transformando em seguida no Conjunto Habitacional Felipe Camarão II e por uma ocupação ilegal. Vinte e seis anos depois foi criado o Conselho Comunitário do Bairro pelos moradores, na qual, procuravam discutir sobre questões como a falta de energia no bairro.

Na década de 1960, o bairro começou a receber ajudas e estruturas dignas para moradia. Começaram a serem construídas as primeiras escolas do bairro.

O nome do Bairro, hoje conhecido como Felipe Camarão, é em homenagem ao índio Poti. Antes conhecido como Peixe Boi, devido o aparecimento de um grande peixe as margens do mangue, só em 22 de agosto de 1968, na administração de Agnelo Alves, prefeito em exercício na época, o bairro foi oficializado, baseado na Lei Nº 1.760 do mesmo ano. Em 1993, sua área de abrangência foi redefinida de acordo com a Lei 4.330 de 05 de Abril do mesmo ano com publicação no Diário Oficial de 07 de setembro do ano seguinte.

Hoje, o Bairro de Felipe Camarão está localizado na Região Administrativa Oeste, tendo como bairros circunvizinhos no sentido norte o Bom Pastor, sul Guarapes, leste Cidade da Esperança e Cidade Nova e oeste o Município de São Gonçalo do Amarante. Diante disso, o Bairro apresenta características consideráveis, como a estimativa populacional residente, onde no ano de 2005 já apresentava 51.729 habitantes, sendo 50,92% mulheres e 49,08 % homens, sua infra – estrutura é caracterizada por um bairro já drenado e pavimentado, saneado que possui rede geral de abastecimento de água e rede elétrica, uma coleta seletiva de lixo e uma estrutura de educação, como escolas de ensino de qualidade. Sua população apresenta-se como classe de rendimentos de um a três salários mínimos, voltando-se para o desenvolvimento da atividade comercial, favorecendo o crescimento econômico do bairro.

A atividade preponderante no bairro é a comercial englobando maior parte da população representada por 63,01% de toda a atividade empresarial existente na localidade. Nesse aspecto, essa atividade comercial existente é proveniente principalmente da existência dos gêneros comerciais com o total de 419 empresas existentes, tendo destaque o gênero varejista de mercadorias em geral destinado a produtos alimentícios com 68 empresas, vindo em seguida o gênero comercial varejista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário com representação de 10 empresas.

O gráfico abaixo mostra a classificação dos gêneros das atividades existente no bairro:

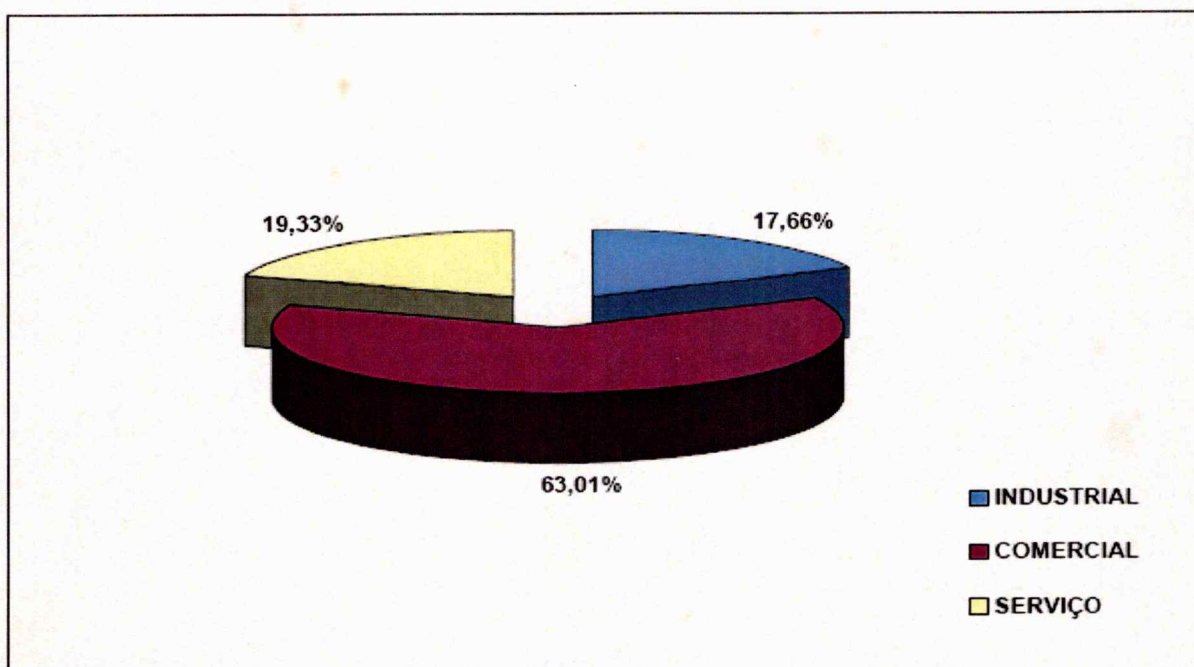


Gráfico 1: Classificação dos gêneros das atividade

Fonte: HORA (2007)

O desenvolvimento econômico empresarial do bairro ao longo do tempo vem sendo formado tanto pela economia formal expressos em seus valores através de pesquisas realizadas anteriormente, quanto pela informalidade de empresas que formam a cada dia um mercado que por muitos são ignorados. Entre tantos, esses dois universos da economia unificado tem o poder de modificação e agregamento de valores para o desenvolvimento econômico de um bairro, na qual, podemos perceber isso na prática diante da realidade vivida nas transformações existentes na localidade ao longo dos anos.

1.2 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

A existência do comércio informal na periferia da Cidade do Natal, no Bairro de Felipe Camarão, tem contribuído para uma transformação relacionada à formação do comércio em geral desse bairro, ou seja, tem tornado o mesmo heterogêneo, pois tanto é composto por empreendimentos formais de pequeno a grande porte como por empreendimentos informais que se destacam pela sua grande quantidade.

Essa participação informal é cada vez mais freqüente principalmente por não existir uma fiscalização por parte dos órgãos competentes e falta de capacitação por parte dos empreendedores situados nessa região. A presença da concorrência no bairro tornou-se uma das barreiras para que os empreendedores possam atingir de forma estratégica uma demanda de clientes, com isso, a oferta de produtos torna-se cada vez maior e mais variada. Nas ruas do bairro pode-se observar empreendimentos diversos, tais como – mercadinho, cigarreira, lanchonete, supermercado, farmácia, escola, sorveteria, armarinho e bar. Estes são caracterizados como de diversos portes, tendo administradores de diferentes níveis de escolaridade, e foram criados inicialmente na própria casa do empreendedor e até mesmo na garagem de casa ou na calçada - em frente da casa. Nesse contexto, sem ao menos terem conhecimentos voltados para empreender um negócio, a pequena empresa vai crescendo e tomando novas formas. O lucro começa a se fazer presente, o estoque inicia o seu giro e mais clientes começam a surgir. O empreendimento passa a atrair uma maior demanda, tornando necessário o desenvolvimento da empresa e abrindo posteriormente vagas no mercado de trabalho.

Ao longo do tempo, enquanto alguns empreendimentos estão em fase de crescimento, outros depois de um curto período de tempo fecham suas portas por não suportarem a grande concorrência, a falta de conhecimentos necessários para administrar com sucesso o empreendimento e pela falta de atualização de informações diante das mudanças no mercado. Em seguida, renasce uma nova tentativa de empreender, voltada muitas vezes para outro ramo de atividade antes não vivenciada, tendo como objetivo o mesmo antes determinado.

Diante disso, é levantada a seguinte questão: quais as razões para a presença do Comércio Informal na Periferia do Bairro de Felipe Camarão, na Cidade do Natal?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Conhecer as razões para a presença do Comércio Informal no Bairro de Felipe Camarão, na Periferia da Cidade do Natal/RN.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar o perfil de empreendedores e dos empreendimentos do bairro;
- Conhecer as motivações que levaram os empreendedores iniciarem o negócio no Bairro de Felipe Camarão;
- Identificar as dificuldades encontradas pelos empreendedores no Comércio Informal;

1.4 JUSTIFICATIVA

Estudar de forma mais aprofundada uma área urbana de uma cidade é conhecer os seus aspectos participativos da sua formação e seus pontos fortes e fracos, proporcionado a criar estratégias para utilização das informações para a prática de idéias que visam o desenvolvimento econômico do bairro.

Para a sociedade, a existência dessa monografia se torna uma ferramenta que favorece a população a conhecer de forma mais precisa como se apresenta o bairro, o seu histórico, sua estrutura, as suas necessidades e quais as estratégias para supri-las. O uso do mesmo possibilita para os órgãos competentes a elaboração de planos estratégicos para que possam implementar a estrutura do bairro, melhorando as condições de vida dos seus moradores.

Conhecer o mercado que atua é conhecer as suas constantes mudanças que nos proporciona lidar com os aspectos tanto positivos, quanto negativos que existe diante da economia que rege o bairro, com isso, no mundo empresarial informal, o

uso da monografia torna-se mais uma ferramenta que agrega conhecimentos para que esses empreendedores possam criar estratégias que possibilitem atuarem diretamente no mercado de forma leal, que possam suprir as necessidades da demanda e que possa estimular o crescimento da formalidade.

Para os empreendedores informais, a análise da situação e caracterização do ambiente em que atuam, torna-se uma forma de buscar meios que possibilitem adquirir recursos financeiros, através de apoios empresariais - antes não existentes, usufruírem mecanismos que favorecem o crescimento da empresa tanto voltado para a capacitação do empreendedor, a demanda de clientes e como atendê-la de forma eficiente, gerando resultados e aumentando as vendas com o surgimento de novas parcerias entre as empresas e expansão dos produtos que antes vendidos informalmente.

A elaboração dessa monografia torna-se importante para a vida acadêmica por se tratar de um assunto importante no contexto econômico, na qual, estão inseridos nesse mercado tanto como consumidor, quanto empreendedor. O desenvolvimento desse trabalho proporciona conhecer uma parcela importante do mercado informal, suas riquezas, suas necessidades e estabelecer estratégias para a transformação do mercado informal para o formal.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 EMPREENDEDORISMO

2.1.1 Histórico

O termo conhecido como empreendedorismo tem se disseminado cada vez mais no Brasil nos últimos anos. Diante disso, o estudo da origem desse termo e de sua prática tem despertado o interesse de muitas pessoas ao longo dos anos.

Para muitos autores, como Dornelas (2001), o termo empreendedorismo partiu inicialmente do termo *entrepreneur* de origem francesa e que enfatiza dizer, aquele que assume risco e começa algo novo. Hisrich; Peters (2006), afirmam que o conceito de empreendedorismo está ligado a inovação e novidades. Timmo (*apud* DORNELAS, 2003, p. 2) destaca que o “empreendedorismo é uma revolução que ocorre em silêncio, que será para o século 21, mas do que o acontecimento da revolução industrial foi para o século 20”.

Primeiro exemplo que definiu esse conceito de empreendedorismo, pode ter sido Marco Pólo, conhecido como um empreendedor que usava rotas comerciais para o Oriente. Ele concordou em vender as mercadorias de um homem (hoje conhecido como capitalista), na qual, possuía muito dinheiro. O contrato firmado na época oferecia um empréstimo, onde o empreendedor passava a assumir o papel ativo no negócio, assumindo os riscos de forma passiva. (Hisrich; Peters, 2006).

É considerável que entre os autores, esse termo se caracteriza como um “fenômeno” que está ligado diretamente a evolução da sociedade, e que o principal objeto é o empreendedor, sendo caracterizado como, aquele que gerenciava grandes projetos de produtos sem assumir grandes riscos, utilizando os recursos fornecidos pelo governo do país. (Dornelas, 2001).

No período da idade média, John Law, conhecido como um empreendedor francês que conseguiu permissão para empreender um banco, que após muitos anos cresceu tornando-se uma franquia com formação comercial no Novo Mundo. Para eles, Cantillon buscava compreender os erros cometidos por Law em sua ação de empreendedorismo, com isso Cantillon acabou participando do desenvolvimento das primeiras teorias do empreendedorismo.

Durante o século XVIII, iniciou praticamente a relação entre empreendedorismo e assumir risco, onde o empreendedor fornecia serviços ou produtos com preços já fixados, passando a ser para o empreendedor a total responsabilidade de assumir qualquer lucro ou prejuízo. Ele ainda afirma, que nos séculos seguintes – XIX e XX, como o início da industrialização, finalmente ocorre a diferenciação entre o capitalismo e o empreendedor, pois era freqüente confundirem empreendedores com gerentes ou administradores visto como aqueles que organizam a empresa. Ainda destaca que no país do Reino Unido em meados de 1998 diante de uma publicação de um relatório sobre o futuro competitivo, é enfatizado que torná-se necessário o desenvolvimento de uma série de iniciativa voltada para a prática do empreendedor. Na década de 1990 na Alemanha a criação de novos centros de inovação destinados a criação de novas empresas atingiram aproximadamente a casa dos 200 centros. Já na Finlândia em 1995 foi lançado o decênio do empreendedorismo objetivando a criação de uma sociedade empreendedora, visando promover o empreendedorismo como fonte de geração de emprego e iniciativas para a criação de novas empresas. (Dornelas, 2001).

2.1.2. Empreendedorismo no Brasil

Dornelas (2003), enfatiza uma indagação em seus estudos: o porque do empreendedorismo? Ele mesmo responde a indagação mostrando que diante da criação de estratégias conhecidas como, o Programa de Incubadoras Tecnológicas, já se concretizaram a criação de mais de 500 negócios do projeto implantado na Cidade de Israel. O termo empreendedorismo é uma das formas de incentivar os estudantes a se engajarem no ensino ministrado na França sobre o tema, gerando a criação de mais incubadoras, alavancando uma competição para as empresas de tecnologia. Seja qual o porque do empreendedorismo, é visível perceber que há uma grande propagação desse conceito em todos os lugares, passando a se tornar peça fundamental para o desenvolvimento de novas empresas. Dornelas também considera que o empreendedorismo nos Estados Unidos na década de 90 foi marcado por 8 anos de crescimento econômico, sendo o período mais longo de crescimento no século 20.

Em quanto para Dolabela (1999), um dos marcos primordiais da presença do empreendedorismo no Brasil deu início na década de 1981, com o primeiro curso na área na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em São Paulo. Em seguida abriram-se as portas para os demais cursos. Já na década de 1990, o termo empreendedorismo volta-se para a preocupação de criação de pequenas empresas que procuram se manterem no mercado através do uso de alternativas visando aumentar tanto o lucro, reduzindo os custos e aumentando a competitividade, ainda destaca, que através de algumas ações voltadas para a capacitação do empreendedor, programas com Empretec e Jovem Empreendedor do Sebrae contribuíram para o crescimento da prática do empreendedorismo no Brasil, para Cruz Júnior *et al.* (2006), o empreendedorismo no Brasil tomou forças com a abertura de novos negócios e com a criação de entidades voltadas para a área. Entidades como o Sebrae - serviços de Apoio às Micros e Pequenas Empresas e a Softex - Sociedade Brasileira para a Exportação de Software estimulou o movimento do empreendedorismo gerando a criação de novas empresas de Software.

A criação de novas empresas vem aumentando a cada ano e que realmente, a atividade empreendedora provoca grande impacto nas economias da sociedade. Com a prática de palestras, cursos, investimentos, consultorias e formação de incubadoras tem provocado o favorecimento cada vez maior da sociedade brasileira para a prática de empreender, aumentando o interesse sobre o assunto em todo o Mundo (BARON; SHANE, 2007).

Segundo Brereton (*apud* GIRARDI *et al.*, 2001), consideram o empreendedorismo como a habilidade da criação de atividades empresarial, sendo uma ação do empreendedor de criar e perseguir oportunidades visando satisfazer necessidades e os desejos através do uso da inovação de novos negócios.

Hisrich; Peters (2006, p. 9), afirmam a opinião do autor citado anteriormente:

O Empreendedorismo é o processo de criar algo com valor dedicando o tempo e o esforço necessário assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação a independência econômica e pessoal.

Baron; Shane (2007), complementam que o empreendedorismo requer a criação ou o recebimento de uma aplicação comercial para uma coisa nova. De acordo com a opinião anterior dos autores, essa nova aplicação passa assumir formas diferentes, podendo ser uma nova tecnologia, produto ou serviço para a geração de uma idéia, mas para eles isso não é suficiente, essa criação pode gerar resultados como produtos reais, mas que não ofereçam benefícios comerciais.

O empreendedorismo, como uma área de negócios, busca entender como surgem as oportunidades para criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matéria – primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes).(BARON; SHANE, 2007, p. 7)

Para Dornelas (2001), há uma indagação sobre qual seria a melhor definição para conceituar empreendedorismo e em seguida ele define empreendedorismo como o processo da criação de algo novo, de valor, que requer do empreendedor devoção, comprometimento em relação ao tempo e esforço necessário para que a empresa possa crescer. Ele ainda complementa que o processo do empreendedorismo requer ousadia de assumir riscos calculados para que possam tomar decisões críticas diante de falhas e erros.

O empreendedorismo surge através do uso da observação da percepção e análise das atividades, tendências e desenvolvimento presente tanto na cultura, quanto na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo. (Bernardi, 2003).

Percebe-se através de uma análise, que a definição de empreendedorismo é composto de seguintes aspectos:

- Iniciativa para que possa criar ou inovar algo;
- O sentimento de paixão do empreendedor pelo que faz;
- A utilização criativa de recursos disponíveis para que possa realizar a transformação do ambiente social e econômico onde vive;
- A aceitação de assumir os riscos e a possibilidades de há fracasso.

De acordo com Hisrich; Peters (2006), quando se fala em empreendedorismo relaciona-se a uma espécie de comportamento voltado para a tomada de iniciativas de organização e reorganização dos mecanismos sociais e econômicos objetivando a transformação de recursos e situações, e aceitação de riscos ou fracasso. Diante disso, compreende-se que o empreendedorismo não só parte do aspecto social – econômico, mas também do aspecto individual. Com isso, para Dornelas (2001), o

momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando as barreiras comerciais, culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade. Para ele, o contexto que vivemos tornou-se propício para o surgimento de um número cada vez maior de empreendedores.

Dolabela (1999), confronta justificando que o empreendedorismo está atravessando crescimento inesperado em todas as suas dimensões.

Se o mundo está cada vez mais vivendo em um ambiente de constantes transformações, partimos do pressuposto de que o mundo do empreendedorismo não para de se transformar resultando em uma constante evolução. Se há alguns anos atrás o empreendedorismo já tinha uma visão voltada para assumir riscos, hoje essa visão evolui, passando a ser mais uma visão voltada para o mundo econômico e para uma postura de prática de idéias já firmadas em pesquisas e apoios existentes por parte de entidades incentivadoras nesse campo

2.2 EMPREENDEDOR

2.2.1 Conceito

O Empreendedor é o elemento principal no mundo do empreendedorismo. Mas quem é o empreendedor ou quem pode ser empreendedor?

Dornelas (2001), afirma, que no mundo em que vivemos existem pessoas que possuem características especiais, tais como, uma visão ampla, capacidade de enfrentar riscos, que querem algo diferente, buscando fazer acontecer. Essas pessoas são conhecidas como empreendedoras, são pessoas diferentes, possuidoras de inovações, que tem paixão pelo que faz, que buscam a diferenciação na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas. Percebe-se que diante da afirmação de Dornelas, esses empreendedores estão buscando revolucionar o mundo em que vive.

Há muitas definições sobre o tema empreendedor. Para Dornelas (1999), a definição desse termo parte da corrente de que existem dois campos para a construção do termo: os economistas que associam o empreendedor à inovação e os comportamentalistas que focam os aspectos como criatividade e a intuição.

De acordo com Hisrich; Peters (2006) ao longo do tempo tem se criado conceitos para que possam definir e caracterizar a pessoa do empreendedor, resultado de uma evolução existente ao longo do tempo, a medida que decorre a mudança da estrutura econômica. Na noção de empreendedor passou a serem inclusos conceitos que relacionam o termo com a pessoa em vez da sua ocupação, tornando presente, critérios como riscos, a inovação e a criação de riquezas resultado da evolução do estudo sobre a criação de novos negócios. Birley; Muzyka (2001), definem empreendedor como pessoas orientadas a realizarem trabalhos não repetitivos e rotineiros e que gostam de assumir responsabilidades por suas decisões tomadas.

Segundo Dornelas (2001, p. 37):

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. De acordo com Schumpeter, o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes, ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas.

Se empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, para Degen (1989) esse equilíbrio parte de que ser empreendedor não é só ganhar muito dinheiro, ser independente ou criar algo novo. Ser empreendedor tem um custo que muitas pessoas não estão dispostas a pagar, pois o empreendedor sobe o valor do seu tempo e procura utilizá-lo de forma que o impulsiona na busca de seus objetivos.

Kerzner (*apud* DORNELAS, 2001, p. 37) afirma que “o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente”.

Para que uma pessoa possa tornar empreendedor não basta só ter um sonho e tentá-lo realizar é preciso estar ciente de que, ao longo da trajetória haverá riscos

inesperados que deverão ser vencidos e que nesse momento a pessoa deverá confiar em si mesmo e ter a perseverança em continuar no caminho.

Empreendedor não tenta voltar a trás diante das suas realizações, mas possui a capacidade de enxergar uma oportunidade, uma criação, uma mudança, algo novo, uma transformação resultando em benefícios tanto para ele, quanto para o mundo que convive. Dolabela (1999), complementa justificando que os empreendedores são pessoas capazes de identificarem oportunidades se preocupando com os seus consumidores. Hisrich; Peter (2006), consideram empreendedor como uma pessoa que tem cuidado com os seus empreendimentos, da mesma forma que uma mãe tem cuidado com os seus filhos.

Eles ressaltam que empreendedor exige tempo e esforço. Dornelas (2001), afirma que o empreendedor possui a capacidade de detectar uma oportunidade, onde possa criar novos negócios capitalizando sobre ela, passando a assumir riscos calculados.

Para que uma pessoa possa torná-se empreendedora, não basta apenas possuir a capacidade de empreendedor, mas é necessário que haja preparação e ação para que resulte na prática do seu potencial de forma eficiente e eficaz.

2.2.2 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDEDOR

Mesmo com a existência de diversos conceitos sobre empreendedor, são realizadas pesquisas no campo do empreendedorismo voltadas para o estudo do comportamento do ser humano.

Segundo Dolabela (1991, p. 70 -71)

O indivíduo portador das condições para empreender saberá apreender o que for necessário para criar, desenvolver e realizar sua visão. No empreendedorismo, o ser é mais importante do que o saber: este será consequência das características pessoais que determinam a metodologia de aprendizagem do candidato a empreender.

O quadro abaixo explicita as principais características e comportamentos dos empreendedores de sucesso

Características	Especificação
Necessidades	Aprovação
	Independência
	Desenvolvimento pessoal
	Segurança
	Auto-realização
	Vínculos
Conhecimentos	Aspectos técnicos relacionados com o negócio
	Experiência na área comercial
	Escolaridade
	Experiência em empresas
	Formação complementar
	Vivência com situações novas
Habilidades	Identificação de novas oportunidades
	Valoração de oportunidades e pensamento criativo
	Comunicação persuasiva
	Negociação
	Aquisição de Informações
	Resolução de problemas
	Alcançar metas
	Motivação e decisão
Valores	Existenciais
	Estéticos
	Intelectuais
	Morais
	Religiosos

Quadro 1- Principais características do empreendedor

Fonte: URIATE (2008, p. 39)

Quanto as necessidades, elas podem influenciar o comportamento do empreendedor, sendo comuns em empreendedores de sucesso.

Segundo Girardi *et.al.* (2001, p. 58):

É sábio que o empreendedor tem alguns requisitos próprios inerentes a sua personalidade e que eles são passíveis a serem desenvolvidos na medida que exista por parte dele capacidade intelectual para realizar alguma coisa, sensibilidade e curiosidade para a aprendizagem sobre as coisas ao seu redor, mas, sobretudo, capacidade de realizar coisas novas e diferentes.

Para que o empreendedor possa alcançar o sucesso, torna-se necessário ter controle do seu próprio tempo, de oportunidades que possa analisar os momentos que o mesmo se encontra, pois muitos empreendedores sonham com horários flexíveis, mas que normalmente se transformam em horas extras para que possa dar conta de todo o trabalho.

Uma das necessidades do empreendedor é estar sempre a frente do desenvolvimento das novidades existentes diante da evolução tecnológica e ser um inovador, para que possa encontrar estratégias de transformar suas idéias colocando em prática, resultando em produtos aproveitando as oportunidades. A empresa é considerada um espaço para que o empreendedor possa desenvolver suas habilidades e conhecimentos, analisando as possibilidades existentes de existências de lucro ou prejuízo. Correr riscos é uma situação necessária para que o empreendedor possa levantar soluções para os possíveis erros fazendo a empresa crescer.

Para Dornelas (2001, p. 33):

[...] o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem a relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio, mas estimulante será a jornada empreendedora.

Em relação aos conhecimentos, para que o empreendedor possa empreender com sucesso a sua empresa, é necessário possuir conhecimentos que o possibilite gerenciá-la em todas as situações que a empresa possa vir enfrentar. É imprescindível que o empreendedor tenha conhecimentos sobre qual tipo de negócio deseja abrir, que produto ou serviço deseja oferecer e de como colocar as suas idéias em prática. É preciso que o empreendedor utilize todos os seus conhecimentos para desenvolver os seus projetos possibilitando a permanência da empresa no mercado.

Para Girardi *et al.* (2001, p. 60):

[...] o empreendedor deve ser despertado para o sentido crítico de suas atividades. Ele precisa onde está a oportunidade, como capitalizá-lo como obter recursos, como ganhar o controle sobre a atividade e saber qual a melhor estrutura.

Torna-se fundamental que o empreendedor passe a construir uma formação complementar de conhecimentos novos e de experiências vivenciadas anteriormente, na qual, essa formação poderá se tornar um elemento importante para o processo decisório empresarial gerando êxito.

Para Cruz Júnior *et al.* (2006, p. 27) “o empresário não para nunca, não tem sossego. Ele está sempre se atualizando”.

Já as habilidades do empreendedor e a sua utilização, tornam-se um dos fatores contribuintes para o sucesso da empresa, sendo inúmeras essas habilidades existentes, para que possa operar o empreendimento. A habilidade de identificar novas oportunidades caracteriza-se pela capacidade que o empreendedor possui de ver o que os outros não conseguem visualizar, ou seja, a identificação de novas oportunidades de produtos e serviços diante do contexto em que vive.

Segundo Girardi *et. al* (2001, p. 60):

Os empreendedores sobrevivem e crescem pela capacidade de enxergar as necessidades de mudanças no tempo exato. Implementá-las o mais rápido possível, fazer a empresa funcionar de maneira participativa a ter uma cultura empresária própria e compatível com o que prescreve o processo gerencial falado anteriormente.

Torna-se indispensável a prática da criatividade passando a valorizar todas as oportunidades existente e avaliá-las diante das mudanças de mercado.

Segundo Girardi *et. al* (2001, p. 59):

São muitas as razões que tem o empreendedor e pequeno empresário para inovar. Obsolescência sofrida pelos novos avanços tecnológicos dos produtos e serviços ao longo de seus ciclos de vida, mudanças de gostos surgidos pelas novas avaliações de eficiência de novos produtos e serviços que otimizam tempo e qualidade e produção, produtividade, velocidade etc.

Para Uriate (2000), o início de um empreendedor parte da criação de idéias criadas em sua cabeça, que o mesmo tenta utilizá-las para convencer outras pessoas a creditarem no seu projeto e associar-se a prática do novo negócio utilizando uma comunicação convincente, ou seja, tenta convencer os amigos, parentes e desconhecidos a investirem ou realizarem empréstimos destinados ao novo empreendimento; tentam convencer também fornecedores e clientes a firmarem parcerias e compras de um novo produto ou serviço oferecido agora por uma empresa nova no mercado considerada ainda pelos clientes como desconhecida.

Para Dornelas (2001, p. 32) “os empreendedores sabem construir uma rede de contato que auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe”.

Os valores existentes, podem influenciam nas diversas etapas do processo do comportamento do ser humano, pois são importantes no processo das etapas da

tomada de decisão, pois essas decisões poderão ser tomadas baseadas nos valores do indivíduo, ou seja, esses valores existenciais participam da formação da visão do empreendedor diante do mundo em que se encontra, da utilização dos valores intelectuais pelo empreendedor, que define o papel da criatividade do mesmo dentro da empresa e a sua postura diante o mercado, a sociedade e o meio ambiente.

De acordo com Dornelas (2001), os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sendo usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

2.2.3 Tipos de Empreendedor

Para Hisrich; Peters (2006), diante de uma revolução existente ao longo do tempo, que resultou a relação do conceito de empreendedor com a ocupação que a pessoa possui, é coerente destacar que há vários tipos de empreendedores, desde aqueles que objetivam colocar em prática os conhecimentos obtidos ao longo da vida, até aqueles impulsionados em empreender diante dos benefícios encontrados no mercado.

Para Young (*apud* URIARTE, 2000), existem os seguintes tipos de empreendedor:

Empreendedor artesão:

É caracterizado por um indivíduo que escolhe instalar o seu negócio para realizar a prática dos seus conhecimentos (ofício);

Empreendedor tecnológico:

O empreendedor que volta-se para montar a sua empresa voltando-se ao desenvolvimento ou a comercialização de novos produtos ou processos inovador;

Empreendedor oportunista:

Indivíduo que se volta para focar o crescimento e a criação de uma nova atividade econômica, onde realiza os processos como montagem, compra fazendo cresce a empresa;

Empreendedor “estilo de vida”:

Indivíduo caracterizado autônomo ou que começa o seu negócio por causa da liberdade, independência ou outros benefícios existentes.

Existem várias outras características empreendedoras, como:

- Inovar, vontade de aprender;
- Imaginação, necessidade de êxito;
- Independência, influência, mantém contatos, estabelece metas, persistência, perseverança;
- Cria novas combinações, lida com incerteza, organização;
- Motivação.

2.3 ECONOMIA INFORMAL

O conceito de economia informal de acordo com Sabóia *et al.* (2004) partiu inicialmente dos estudos realizados no início da década de setenta na OIT, partindo do Programa Mundial de Emprego. Diante dos estudos realizados se percebeu que o desenvolvimento da economia não tinha forças para alavancar a criação de novos empregos para a população que apresentava - se em crescimento, favorecendo assim a criação de novas técnicas de produção. Muitas eram as formas de produção da época como, a produção em pequena escala, a utilização de recursos próprios e a utilização da propriedade familiar. Maciel *et al.* (2007) caracteriza como uma das mudanças que favoreceu o surgimento da economia informal, a presença da grande concorrência e dos consumidores que agora passaram ser mais exigentes com relação aos preços e a qualidade dos produtos oferecido no mercado. Essas mudanças fizeram com que ocorresse uma reestruturação no modo de produção existente, levando agora a sociedade a conviver com modelos de trabalhos e técnicas mais eficientes do que as de antes, resultando no controle dos custos de produção ocasionando um forte impacto negativo na mão-de-obra assalariada.

Quando se trata da economia informal, muitos já relacionam os trabalhadores autônomos situados em uma faixa da sociedade classificada como pobres, como os camelôs, prestadores de serviços, ambulantes, artesão, empregados domésticos entre outros. Esse setor não se limita apenas pela presença desses componentes,

mais apresenta-se como um setor mais amplo compreendendo os trabalhadores por conta própria, os profissionais qualificados que trabalham sem vínculos empregatício e os empregadores com até cinco empregados, conhecidos como pequenos "negócios", sendo registrados ou não, individuais ou familiares, com produção em pequena escala e baixo nível de organização.

Após a elaboração de critérios criados pela 15ª Conferência de Estatísticos do Trabalho, promovido pela Organização Internacional do Trabalho – (OIT), destacou-se que os empreendimentos informais são aqueles que independem se possuem constituição jurídica não, ou seja, que tenham ou não registros em órgão públicos. De acordo com alguns critérios adotados na conferência, algumas unidades produtivas que possuem registros em órgãos públicos, tendo CNPJ e registro na Receita Federal, sendo juridicamente formais, vivem caracterizadamente na informalidade. (SEBRAE, 2005).

É comum em meio a sociedade, confundir os conceitos de informal e de informalidade. Enquanto o setor informal apresenta-se como "unidade de produção" que engloba produção de pequeno porte, a informalidade está relacionada ao "não cumprimento das normas de proteção ao trabalhador (a falta de contribuição para previdência social entre outras obrigações que trazem benefícios para o trabalhador)".

2.3.1 Evolução do Setor Informal

Através de estudos realizados pelo Sebrae no ano de 2005, apresenta-se uma transformação no mercado, no setor informal. Na tabela abaixo, apresenta-se uma evolução dos indicadores desse setor utilizando um escala de seis anos.

	1997			2003			Variação 1997/2003 (%)		
	Empresas do Setor Informal			Empresas do Setor Informal			Empresas do Setor Informal		
	Total	Conta Própria	Empregador	Total	Conta Própria	Empregador	Total	Conta Própria	Empregado
Nº de Empresas	9.477,973	8.151,616	1.326,357	10.335,962	9.096,912	1.239,050	9,1	11,6	-6,6
Pessoas Ocupadas	12.870.421	8.589,588	1.568,954	13.860,868	9.514,629	1.448,629	7,7	10,7	-7,7

Tabela 1: Evolução dos Indicadores do Setor Informal

Fonte: SEBRAE (2005).

Percebe-se que as empresas informais estão crescendo, tendo uma evolução de 9,1% entre uma escala de seis anos. Se continuar nessa escala, percebe-se que a informalidade passará a abranger um espaço maior do que o comércio formal.

No gráfico seguinte, percebe-se que as distribuições das pessoas que estão envolvidas no setor informal apresentam-se mais na atividade comercial, pelo fato de que na concepção das pessoas, é mais fácil o acesso para o setor informal através dessas atividades, por não haver tanta exigência de qualificação para se atuar no setor.

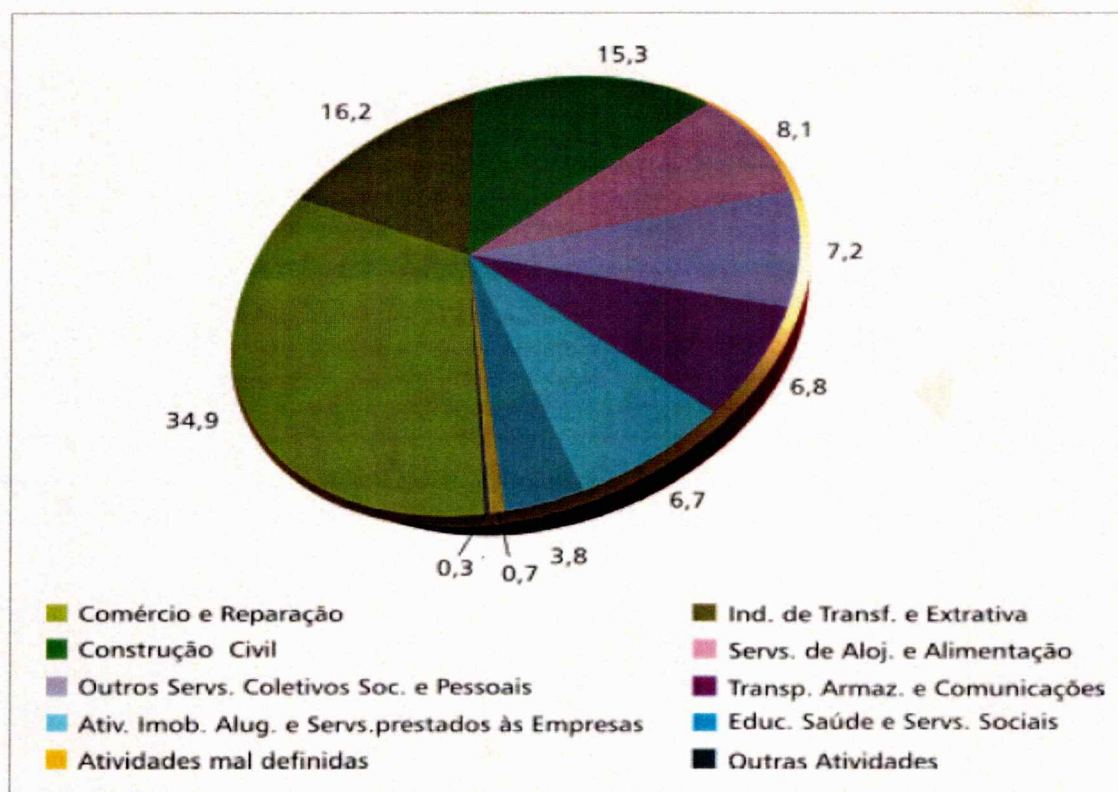


Gráfico 2: Distribuição das pessoas ocupadas nas empresas do setor informal, segundo os grupos de atividades – 2003 (em %).

Fonte: SEBRAE (2005)

É importante destacar que, a formação da economia brasileira é composta tanto pela formalidade, quanto pela informalidade, tanto pelo setor formal quanto pelo setor informal. Mas por outro lado, ao longo de muitas transformações que já ocorreram e que há de ocorrer, a informalidade e o setor informal estão ao longo do tempo formando seu espaço no mercado, visando atingir a parcela de consumidores que cada vez mais tornasse exigente. Não pode-se falar sobre a economia de um país sem esquecer da informalidade e do setor informal que contribuem de certa forma para a geração de renda e de empregos em uma sociedade.

2.4 EMPREENDEDOR POR OPORTUNIDADE x EMPREENDEDOR POR NECESSIDADES

De acordo com Marciel *et. al* (2007), ao longo de diversas transformações no mundo capitalista, o modo de produção antes existente passou a sofrer intensas mudanças.

Para Costa (*apud* MARCIEL *et al*, 2007), logo apareceu o processo da globalização que acarretou uma nova reestruturação na economia, tornando-se uma estratégia para enfrentar a concorrência externa. Como consequência dessas transformações, algumas empresas acabaram fechando suas portas, utilizando novos meios de trabalho como a terceirização, novos métodos de produção e a reformulação no quadro de funcionários.

De acordo com Diesse (*apud* MARCIEL *et al*, 2007), todo esse processo acabou acarretando a extinção de mais de 1,5 milhões de empregos entre os anos de 1989 e 1999. Mas para onde foram essas pessoas que agora não tinham mais emprego? Antunes (*apud* MARCIEL *et al*, 2007), afirma que todo esse processo vivenciado nesse período tomou-se um dos motivos que levaram esses antigos empregados a procurarem novas alternativas de emprego para sobreviver. Ele ainda afirma que alguns desses empregados acabaram não sendo mais absorvidos pelo

setor de serviços ou comércio e passaram a atuar em outras áreas totalmente diferente das que atuavam.

É nessa situação que relaciona-se o surgimento de novos empreendedores no mercado. Alguns surgem através da existência de oportunidades que o mercado oferece de forma atrativa e potencial, outros, pela busca e pela falta de oportunidades no mercado visando a independência.

O empreendedor por oportunidade é caracterizado por se apresentar como um indivíduo motivado pelo surgimento de uma oportunidade visando o desenvolvimento da economia. Para Dornelas (2001), esses empreendedores são pessoas com características especiais, são visionárias e que fazem algo acontecer. São pessoas dispostas a enfrentarem todos os riscos e obstáculos que o mercado possui diante do seu objetivo a ser alcançado. A motivação é uma habilidade que os mesmos possuem de estarem sempre encorajados e de não desistirem da trajetória tomando decisões necessárias para o seu objetivo. Para Dornelas (2001), eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de diversidade, sendo isso um fator chave para o sucesso.

Por outro lado, para Pamplona (*apud* MARCIEL *et al*, 2007, p. 26), o empreendedor por necessidade parte do objetivo da criação de novos negócios visando “prover renda mínima para o sustento”. Situações decorrentes de mudanças na sociedade como, a alta taxa de desemprego, a falta de qualidade dos serviços prestados, a má distribuição de renda, a dificuldade do acesso a escolaridade e da qualificação da mão-de-obra, levam a surgir empreendedores dispostos a alcançarem a independência como alternativa de sobrevivência. Não só se limitam as situações anteriores, mas os empreendedores por necessidade surgem, também pelo fato de não conseguirem ter acesso as alternativas que os ajudem a abrirem seu próprio negócio formalmente.

Se existem dois tipos de empreendedores, um motivado pela necessidade, outro pela oportunidade, torna-se claro que a economia ainda precisa vivenciar uma nova transformação que acarrete fatores favoráveis para o desenvolvimento de uma economia formal.

3 METODOLOGIA

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para a concretização dos objetivos definidos na pesquisa é satisfatória a definição de métodos que possibilitem a obtenção de dados coerentes e esperados. A monografia é caracterizada como exploratória - descritiva, que objetiva explorar o ambiente conhecido como Bairro de Felipe Camarão, levantando o diagnóstico dos fatores – razões que influenciam a presença do comércio informal no bairro.

A presente pesquisa caracterizada como quantitativa, tendo como propósito a avaliação de variáveis – razões para a freqüente presença de eventos no ambiente. O uso da pesquisa quantitativa para Roesch (1999, p. 131) “ [...] é explorar um tema que foi pouco estudado.” Para Seabra (*apud* SILVA, 2002), enfoca que o método quantitativo esta relacionado ao conhecimento de forma objetiva, por meio de dados estatísticos e matemáticos, enquanto o método qualitativo volta-se para o seu subjetivo.

3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO – ALVO DO ESTUDO

O universo da pesquisa caracteriza-se por 419 empresas distribuídas em diversos ramos de atividades existentes no empreendedorismo informal da periferia do Bairro de Felipe Camarão, com base na última pesquisa realizada pela Prefeitura da Cidade do Natal no ano de 2005 (Hora, 2008). A amostra é aleatória onde é determinada por 137 empresas, tendo 7% de possibilidade de erros, 95% de nível de confiabilidade e como entrevistados, os empreendedores do bairro. Segundo Crespo (*apud* Sant’na, 2005, p. 54), “ao conjunto de entes portadores comum denominamos população ou universo estatístico sendo como exemplo os estudantes os entes constituintes da população, e tendo como característica comum o estudo”.

Para Roesch (1999, p. 139), a mostra aleatória é “aquela que a escolha dos elementos é feita através de uma tabela de números aleatórios, de modo que cada membro da população tenha a mesma chance de ser incluído na amostra”.

3.3. PLANO DE COLETA DE DADOS

Após a elaboração e aplicação do instrumento de pesquisa, foi realizado a tabulação dos dados obtidos, resultando na construção de gráficos, e em seguida foi realizado a análise dos mesmos obtendo assim resposta para o problema da pesquisa.

Foram utilizados os métodos de pesquisa descritiva, que segundo Cervo *et al* (1996, p. 49) “ procura descobrir, com precisão, a freqüência com que um fenômeno ocorre, sua relação com outros grupos, sua natureza e características”. O uso da pesquisa descritiva justifica-se por objetivar a compreensão da existência de variáveis e de fatores que influenciam a existência de um determinado fenômeno, buscando descrever algo. Em conjunto com a pesquisa quantitativa, foi utilizado os métodos de pesquisa descritiva, que segundo Cervo *et al* (1996, p. 49) “ procura descobrir, com precisão, a freqüência com que um fenômeno ocorre, sua relação com outros grupos, sua natureza e características”. O uso da pesquisa descritiva justifica-se por objetivar a compreensão da existência de variáveis e de fatores que influenciam a existência de um determinado fenômeno, buscando descrever algo.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

No estudo, foi utilizada a pesquisa de campo, com a aplicação de questionário de acordo com a amostra definida anteriormente. O questionário utilizado era composto por 12 perguntas tanto fechadas como abertas e ambas abertas e fechadas. As questões 1ª á 7ª objetivaram o levantamento das razões que levaram os empreendedores a abrirem seus empreendimentos de forma informal; as questões 8ª á 12ª buscaram conhecer o perfil dos empreendedores entrevistados. Para Richardson (*apud* SILVA, 2002), a classificação dos questionários pode ser: questionários de perguntas fechadas; questionários de perguntas abertas e questionários com ambos os tipos de perguntas.

O questionário de perguntas fechadas se caracteriza por instrumentos que possuem perguntas ou afirmações com alternativas de respostas fixas e estabelecidas. Por outro lado, o questionário de perguntas abertas apresenta perguntas ou afirmações que possibilitam ao entrevistado responder através de frases e orações. Por último, o questionário que possuem ambos os tipos de perguntas destina-se na obtenção de informações de forma profunda e de identificação de opinião como exemplo (Silva, 2002).

4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 DESCRIÇÃO DOS DADOS COLETADOS

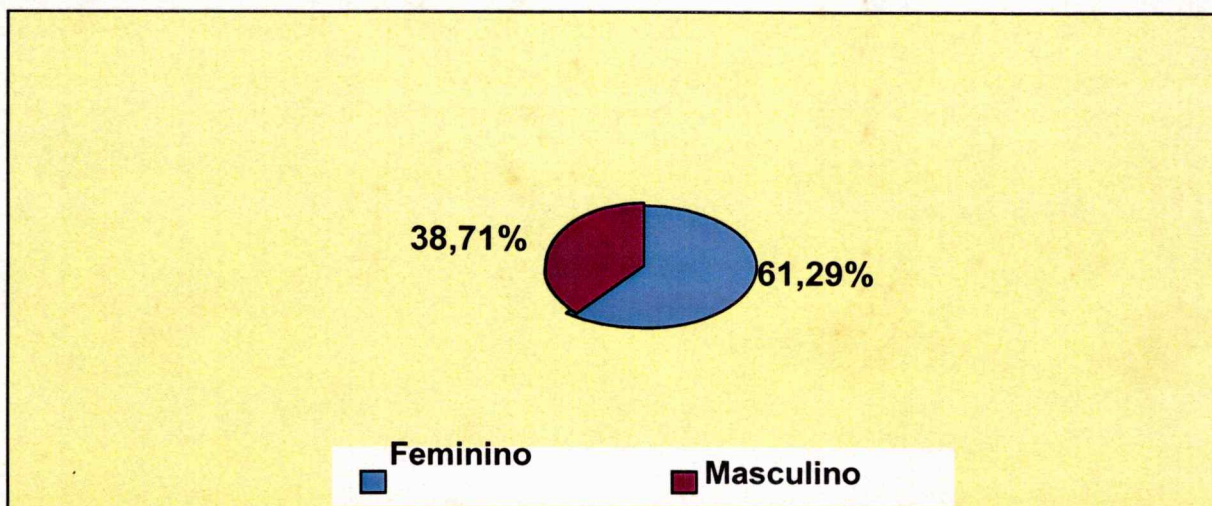


Gráfico 3: Sexo

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Diante do gráfico acima, percebe-se que mais de 50% dos empreendedores do bairro são mulheres, representando 61,29%, e que os homens representam apenas 38,71%.

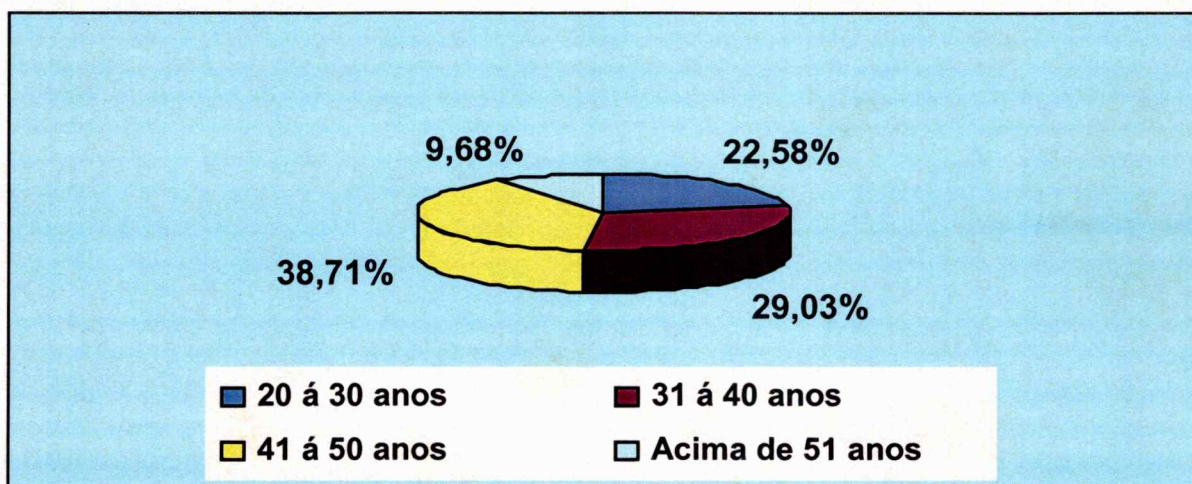


Gráfico 4: Faixa Etária

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

A prática do empreendedorismo vem se destacando principalmente entre a faixa etária de 41 á 50 anos, com representação de 38,71%, em seguida, destaca-se a faixa etária de 31 á 40 anos, representando 29,03%. As menores

representatividades são entre 20 á 30 anos com 22, 58% e acima de 51 anos, representando 9, 68%.

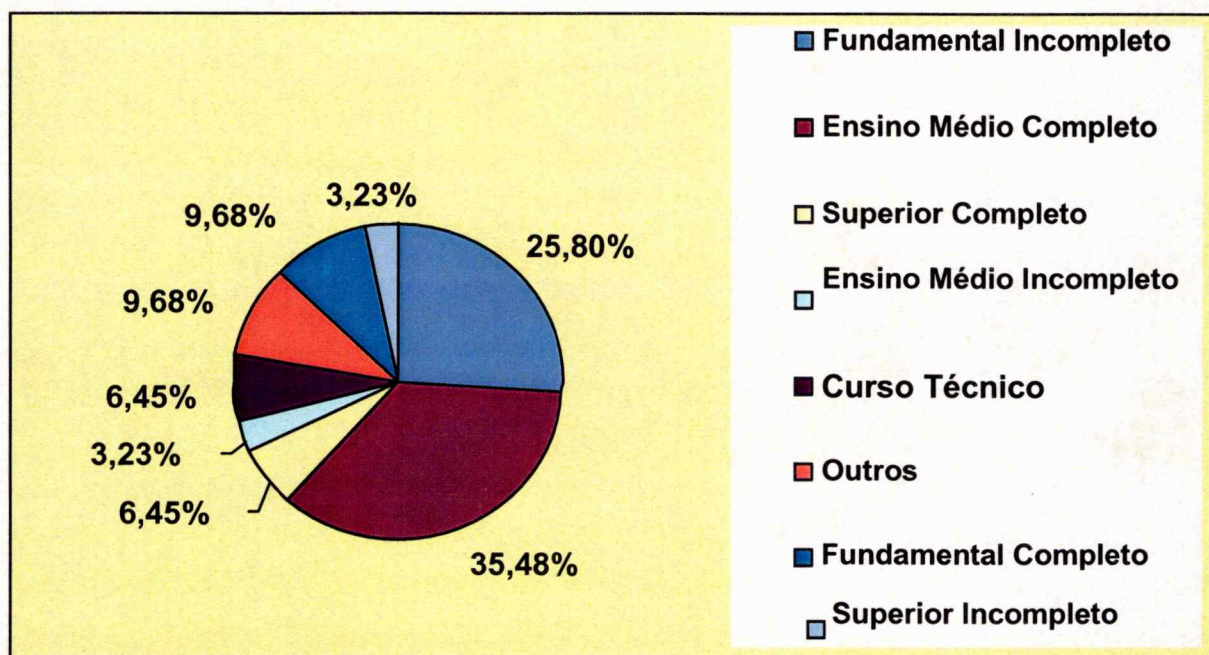


Gráfico 5: Nível de Escolaridade

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

O nível de escolaridade entre os empreendedores do bairro varia, desde: ensino médio completo e ensino fundamental incompleto, recebendo um destaque de mais de 50% dos entrevistados. Em terceiro lugar, o Ensino Fundamental Completo e outros níveis com 9,68%. Por último, com 6,45% o Curso Técnico e Superior completo, e por último, Ensino médio incompleto, com 3,23%. Os cinco últimos níveis possuem pouco representatividade.

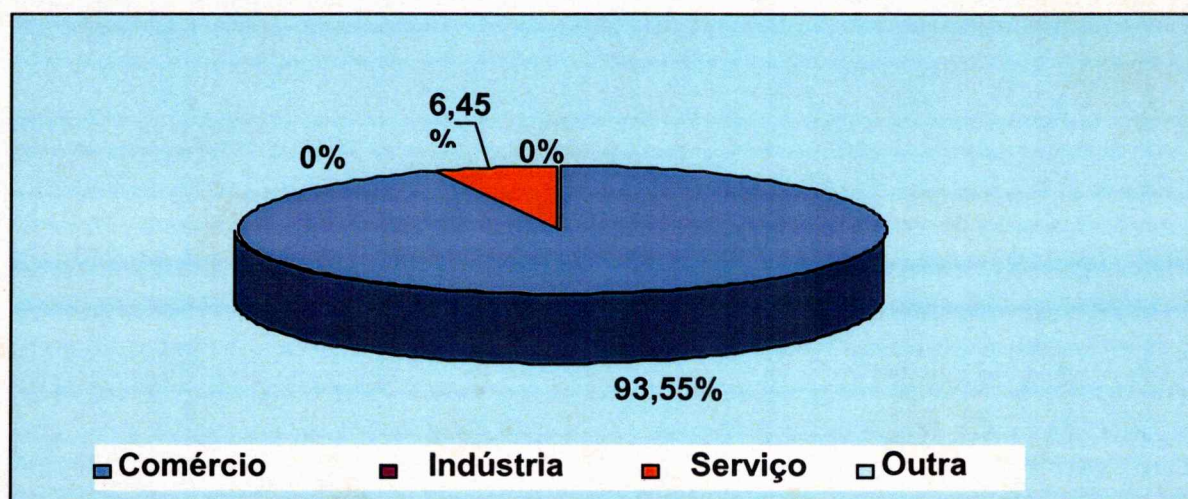


Gráfico 6: Ramo de Atividade

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Os dados revelam que 93,55% das atividades realizadas no bairro estão voltadas para o ramo comercial, e 6,45% para serviço. É notável que as demais atividades como indústria e outras atividades não são destacáveis no bairro.

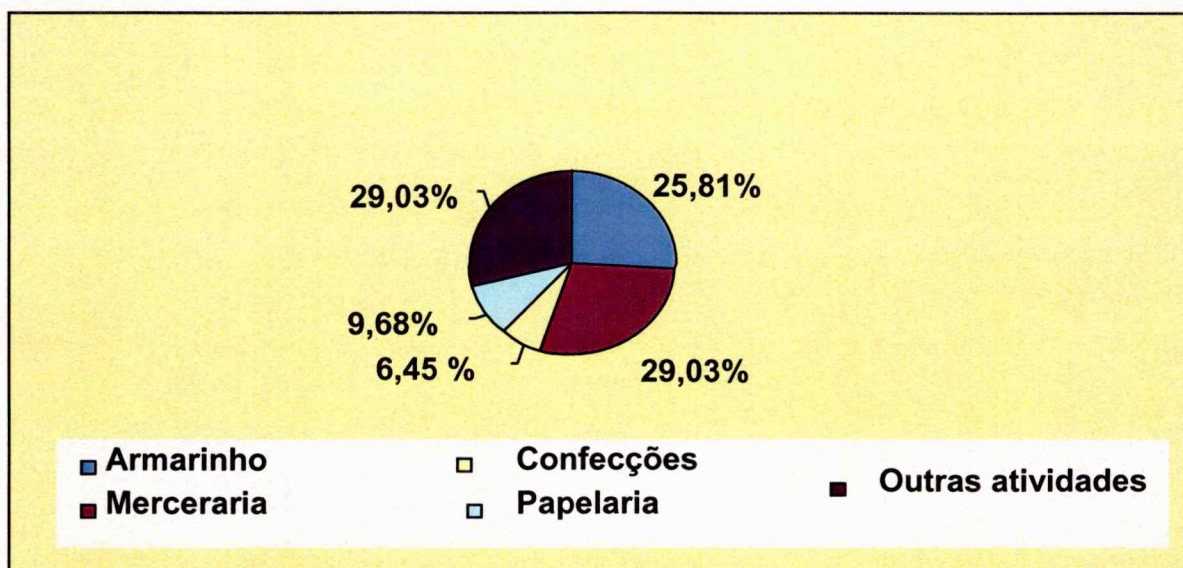


Gráfico 7: Tipos de Atividades
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

As atividades do bairro são divididas principalmente entre mercearia e outras atividades não mencionadas, representando 29,03%, em seguida armarinho também com um representativo percentual de 25,81%. Por último, papelaria com 9,68% e confecções com 6,45%.

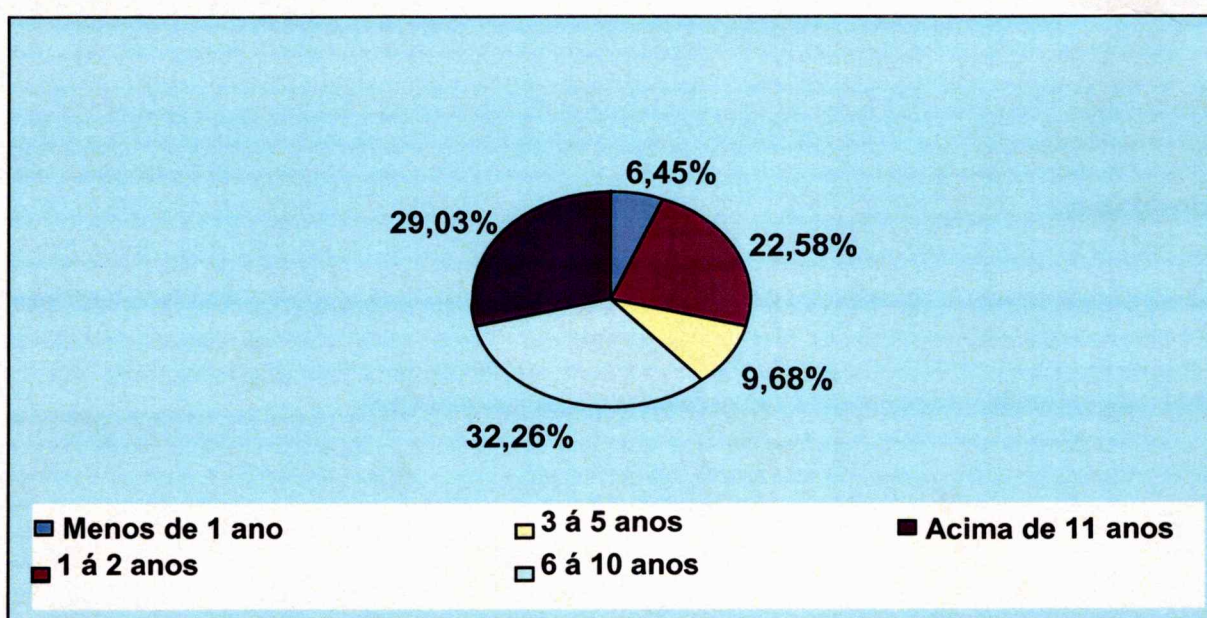


Gráfico 8: tempo de Atuação dos Empreendedores no Mercado
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Em relação ao tempo de atuação no ramo de atividade, foi detectado que a maior parte dos empreendedores atuam no mercado na faixa de 6 á 10 anos, representando 32,26% e 29,03% representado pelos empreendedores com mais de 11 anos. O menor percentual, de 1 á 2 anos com 22, 58%, seguido de 3 á 5 anos, representando 9, 68% e por último, menos de 1 ano de atuação, com 6, 45%.

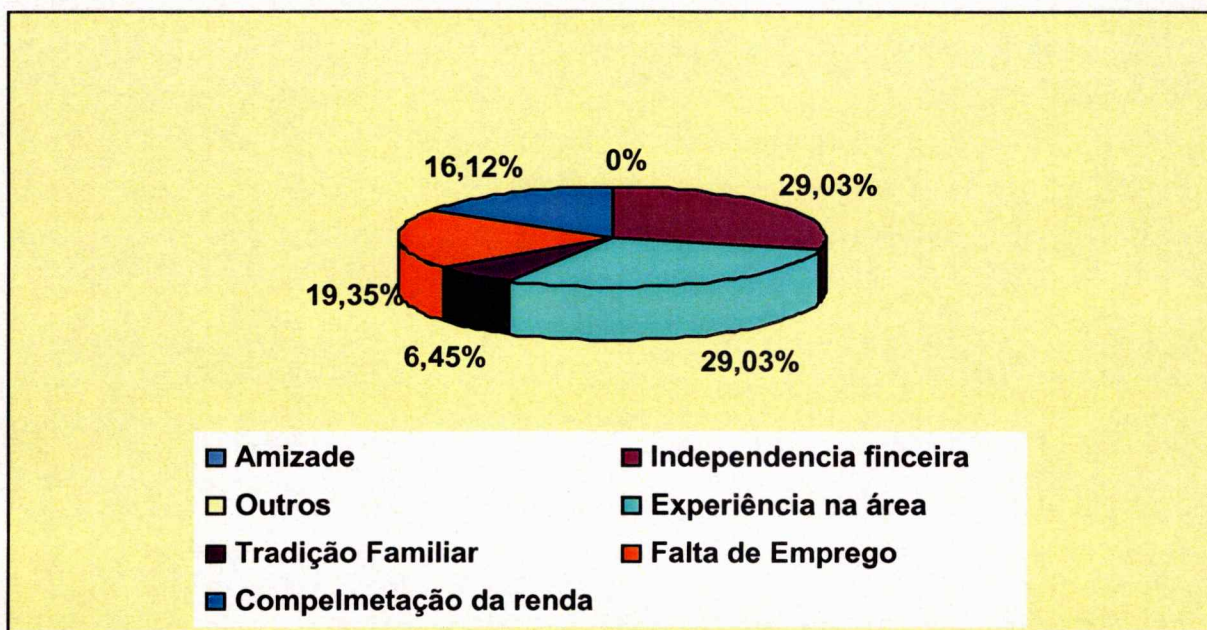


Gráfico 9: Motivos que incentivaram a abertura da Empresa

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Entre tantos motivos existentes no mercado que podem levar as pessoas a abrirem seu próprio negócio, a experiência na área de atuação e o desejo de possuir uma independência financeira, representam cada um 29,03%. A falta de emprego, com 19,35% e a complementação da renda, representando 16,12%. Com menor representatividade, a tradição familiar com 6,45% e a amizade juntamente com outros motivos não mencionados não recebem um destaque na abertura de empreendedores.

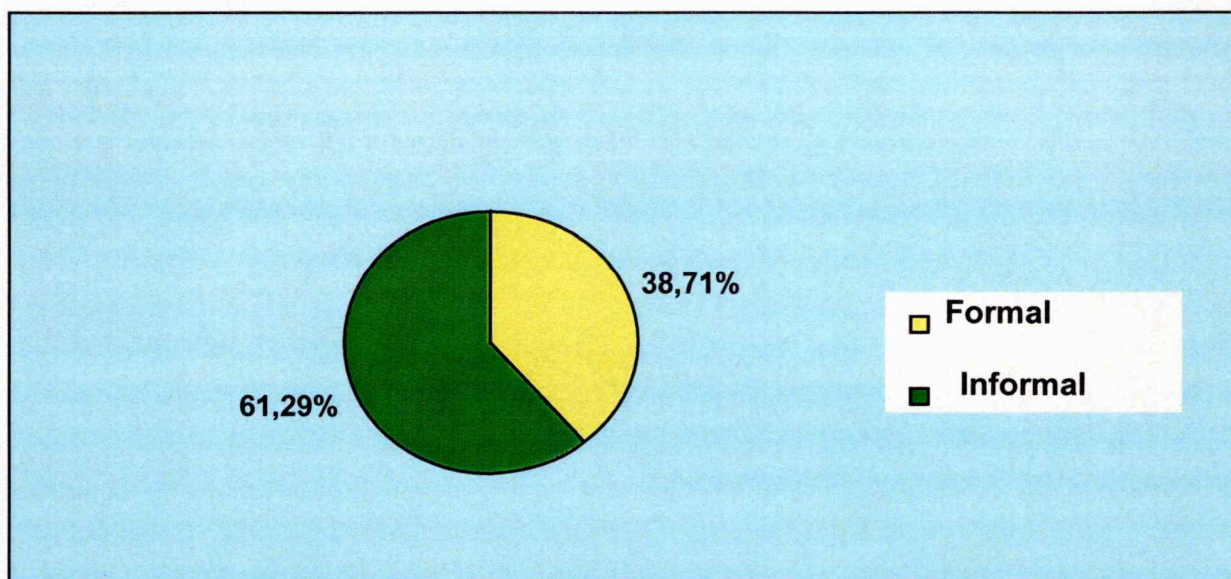


Gráfico 10: Empresas formais X Empresas Informais
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

No mercado, a presença das empresas informais ainda supera as formais. Com diferença de mais de 22%, a presença de empresas informais no bairro ainda prevalece, representando graficamente 61,29%, o que corresponde a quase 2/3 das empresas pesquisadas, enquanto que as formais, com índice de 38,71%.

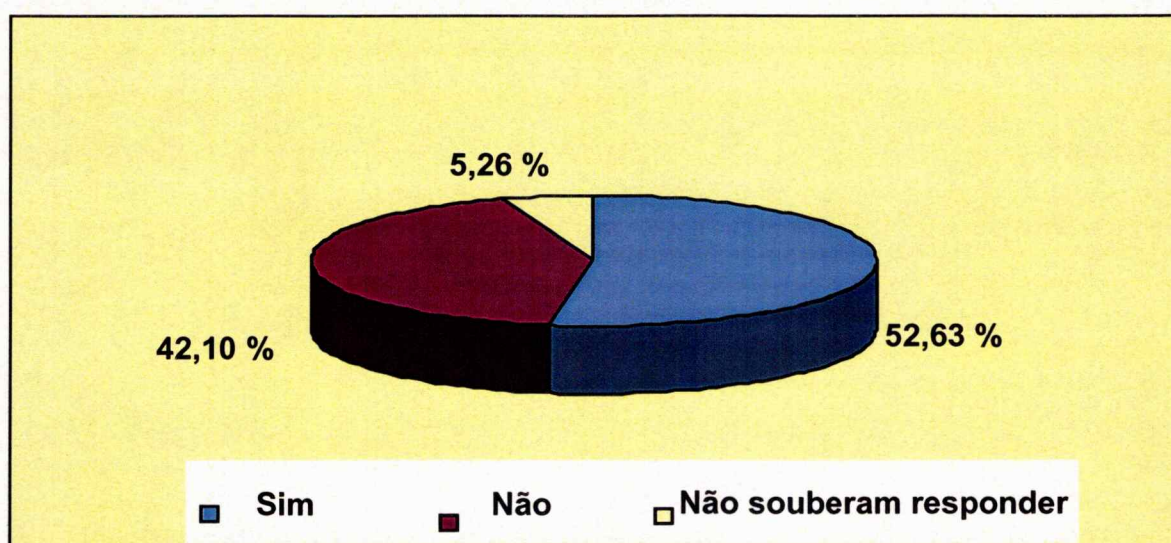


Gráfico 11: Empresas Informais que desejam se formalizarem
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Entre os empreendedores de empresas informais pesquisadas, 52,63%, ou seja, mais da metade desejam se formalizarem, enquanto, 42,10% não desejam sair da informalidade. Com menor índice de Representatividade, 5,26% da empresas não souberam responder.

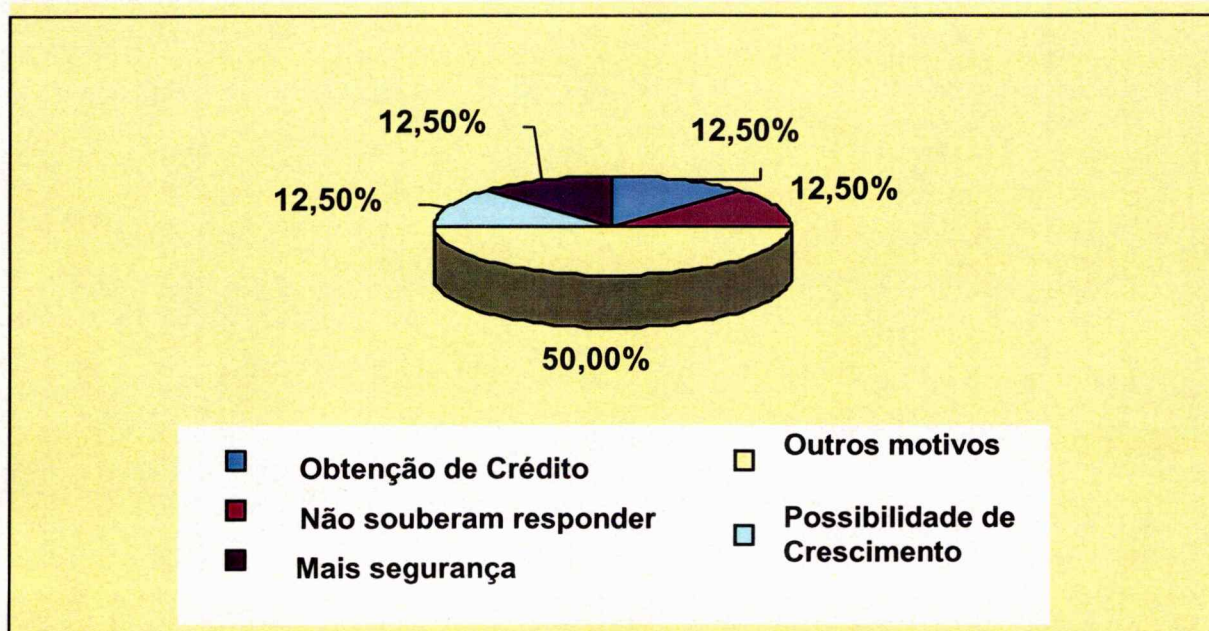


Gráfico 12: Motivos para formalização do empreendimento

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Entre os motivos que influenciam na decisão para que os empreendedores informais passem a se formalizarem, 50% dos entrevistados declararam que outros motivos eram os fatores principais para a busca da formalização do empreendimento, como exemplo, maiores possibilidades de sucesso e administração eficiente do estoque e capital de giro. Em seguida com menor percentual de 12,50%, a obtenção de créditos, os motivos que não souberam responder, mais segurança e a disponibilidade de crescimento.

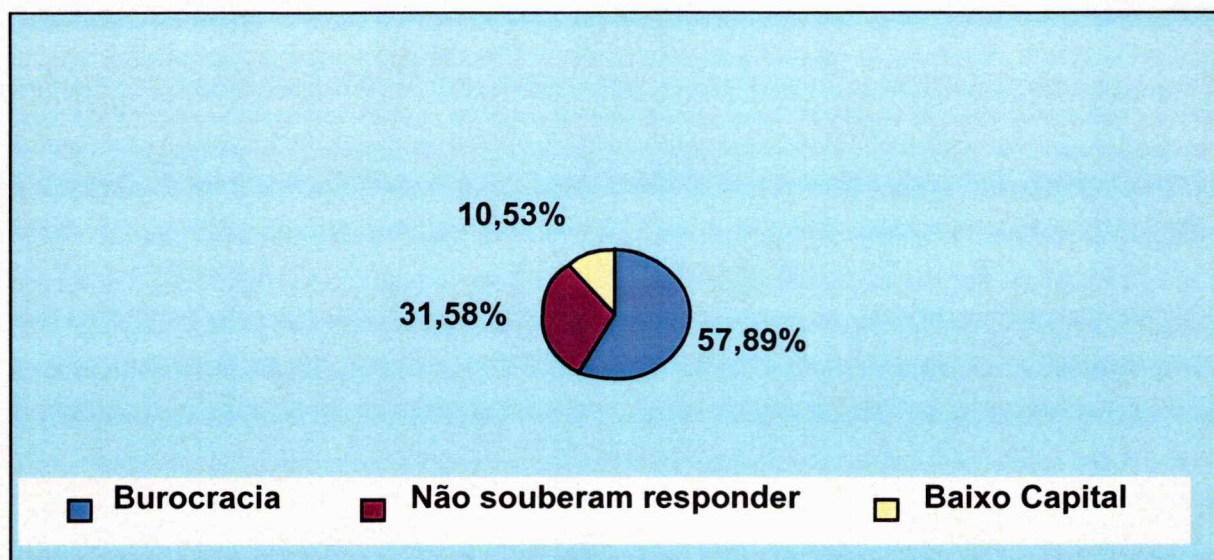


Gráfico 13: Três principais dificuldades existentes para a formalização dos empreendimentos
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Das três dificuldades encontradas entre os empreendedores para se formalizarem, a principal para mais da metade dos respondentes é a burocracia com 57,89%, em seguida, com o menor percentual de 10,53%, o baixo capital. Com 31,58%, as dificuldades que os entrevistados não souberam especificar.

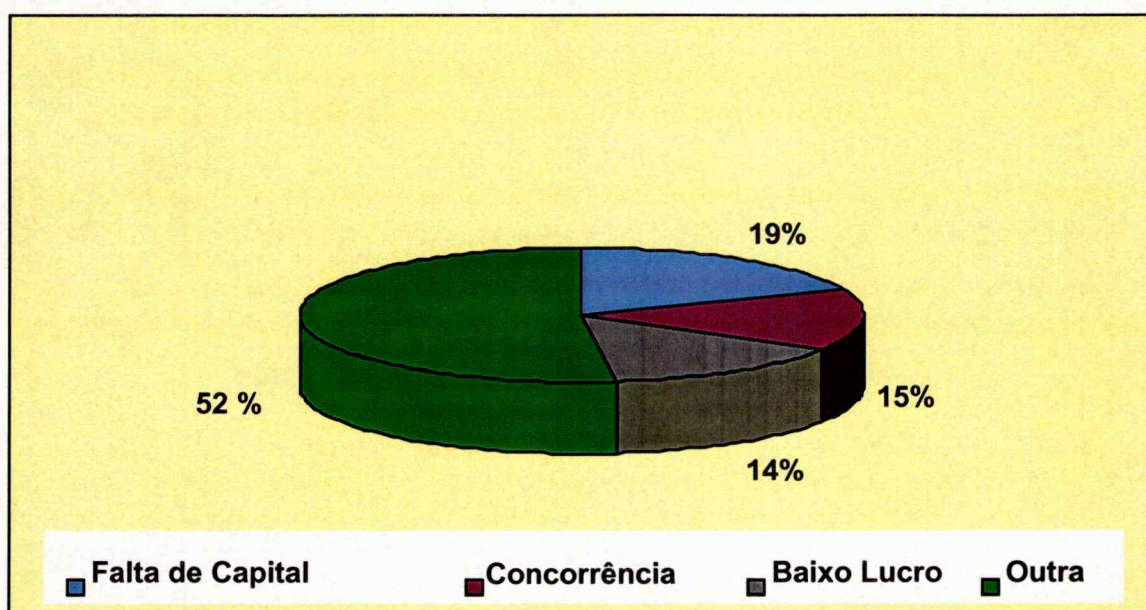


Gráfico 14: Três principais dificuldades encontradas pelos empreendedores no mercado
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Entre os empreendedores no mercado, com maior representatividade, 52% consideram outras dificuldades não mencionadas na pesquisa como as mais importantes, como exemplo, a falta de segurança e de espaço adequado para a expansão do empreendimento. Em segundo lugar, 19% consideram a falta de capital próprio como uma das principais dificuldades, seguido da concorrência com 15%. Com menor representatividade, o baixo lucro, com 14%.

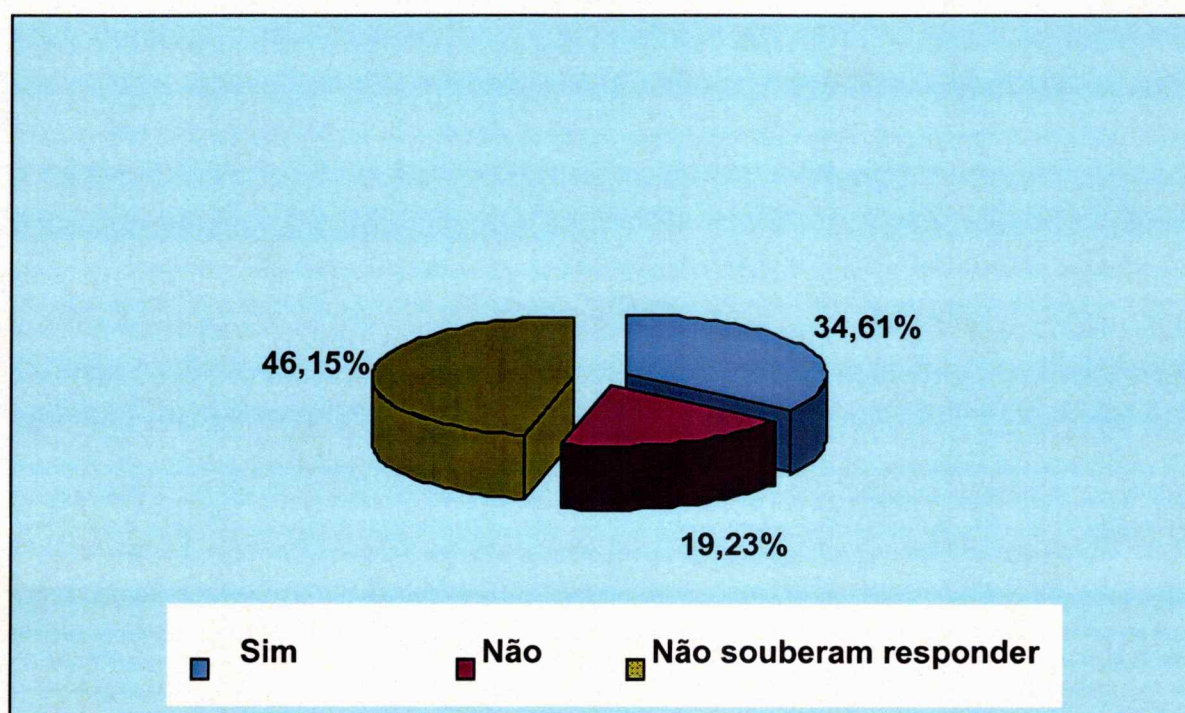


Gráfico 15: Empresas que recebem incentivos para administrar negócio

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Com grande diversidade de empreendimentos, uma significativa representação de 46,15% dos entrevistados não soube responder se recebe ou não incentivos para que possam administrar o seu próprio negócio. Por outro lado, 34,61% das empresas recebem incentivos das mais variadas formas, e com menor representatividade, 19,23% desses empreendimentos não recebem nenhum tipo de incentivo.

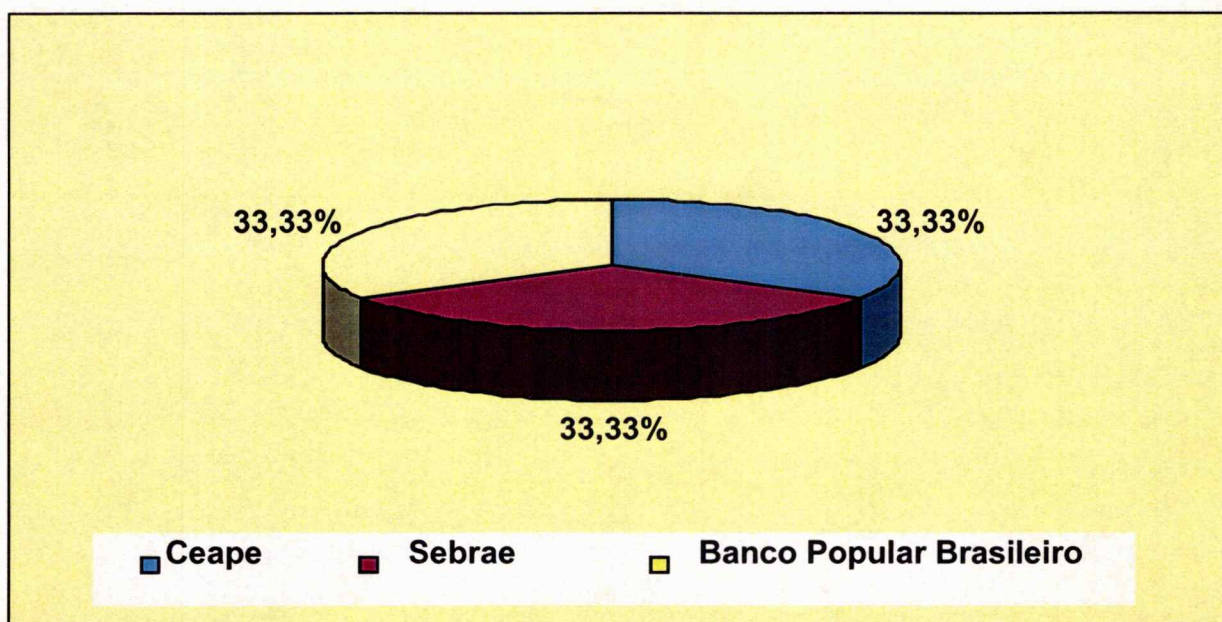


Gráfico 16: Órgãos que incentivam a prática do empreendedorismo
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Os incentivos oferecidos aos empreendedores do bairro, vêm do Sebrae, Ceape e Banco Popular Brasileiro, no qual, cada um destes representa o percentual igualitário de 33,33%.

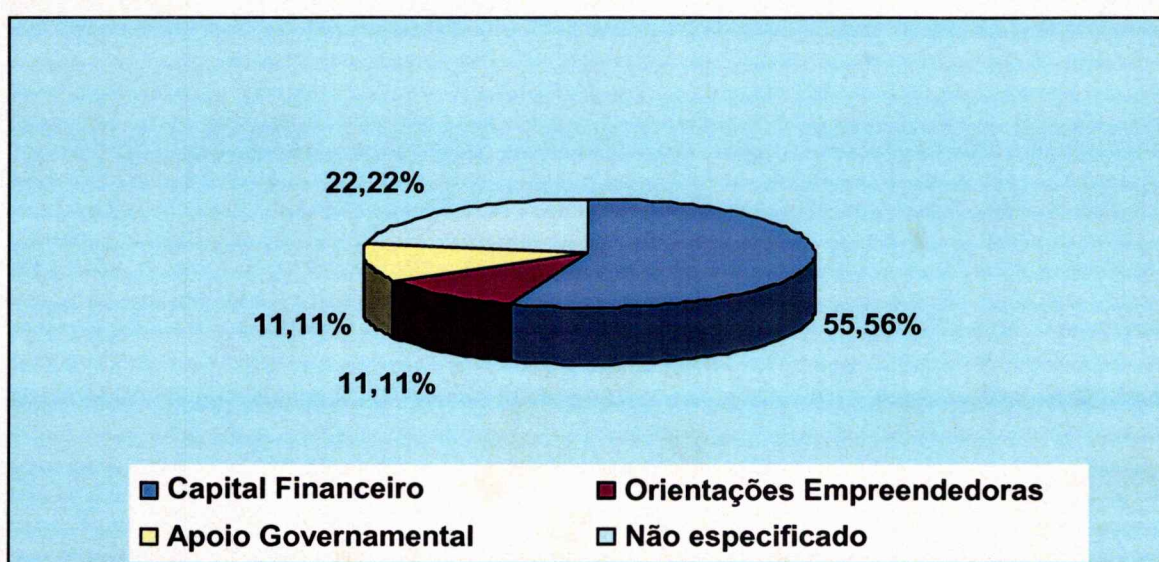


Gráfico 17: Tipos de incentivos atualmente oferecidos as empresas formais
Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

Para que as empresas do bairro possam crescer e se destacarem, elas buscam os mais variados tipos de incentivos, principalmente a busca pelo capital financeiro, com 55,56%, seguido de incentivos não especificados pelos entrevistados com 22,22%. Por último, 11,11% dos incentivos voltam-se tanto de apoio governamental e de orientações empreendedoras.

Esses mesmos incentivos que atualmente são oferecidos para algumas empresas no bairro, são os mesmos que outras informais planejam receber após a formalização do negócio.

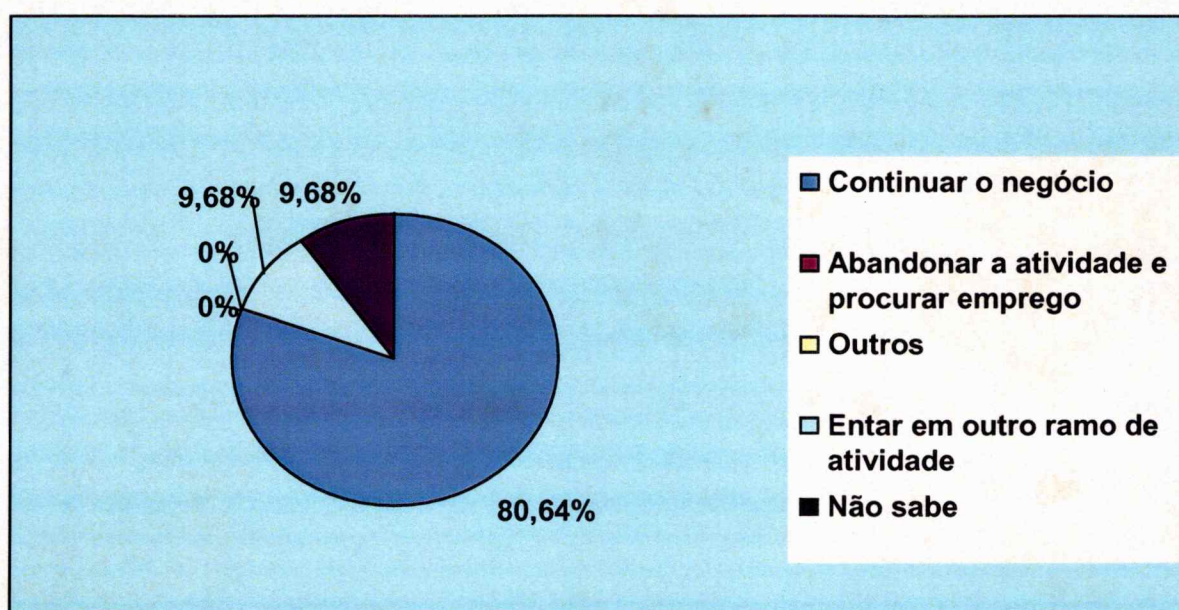


Gráfico 18: Expectativas futuras do empreendedor

Fonte: Dados da Pesquisa (2008)

As futuras expectativas dos empreendedores, se focam principalmente em continuar o negócio que atua, representando 80,64%, seguida de entrar em outro ramo de atividade, e abandonar a que atua objetivando um emprego formal, com 9,68%. Outras expectativas diferentes das que mencionadas na pesquisa e aquelas que os entrevistados não souberam responder, não receberam um percentual considerável graficamente.

4.2 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Como resultado da análise dos dados, é possível perceber que o perfil dos administradores do bairro, é caracterizado por mais da metade sendo mulheres, apresentando uma faixa etária entre 31 á 40 anos e 41 e 50 anos e que possuem um nível de escolaridade ainda básico, ou seja, a formação escolar ainda predomina o ensino médio, para que possam administrar um empreendimento com uma visão de sucesso.

Se esses empreendedores apresentam um nível de escolaridade ainda básico, é possível que isso seja um dos fatores de atração para estarem atuando com grande freqüência no ramo de atividade – comércio, sendo o predominante no bairro, chegando a ultrapassar 11 anos de atuação. Os empreendedores possuem certa experiência e administram principalmente as atividades comerciais de armarinho e de mercadinho, por serem duas atividades consideradas muito importantes e devido a necessidade básica da população por este tipo de comércio. É destacável que, por exemplo: o mercadinho é uma atividade que trabalha com elementos essenciais como alimentação, indispensável a sobrevivência humana. Para que esses empreendedores iniciassem no comércio, os mesmos foram motivados principalmente pela experiência adquirida ao longo da sua atuação e da busca de uma independência financeira.

Pode se ainda constatar uma maioria de empreendimentos informais no bairro, mas por outro lado, há uma intenção por parte destes empreendedores em se tornarem formais, objetivando uma maior possibilidade de sucesso e melhor administração do seu estoque, apesar da existência de dificuldades encontras no mercado para essa formalização, como exemplo, a falta de segurança existente na sociedade.

Ao longo da atuação dos empreendedores formais e informais no mercado, a principal dificuldade encontrada para atuarem de forma competitiva, foram outros motivos, como a falta de estrutura do empreendimento para ampliação do negócio. Apesar das dificuldades, mas de 30% das empresas recebem ajuda para administrar o seu próprio negócio, essa ajuda é caracterizada principalmente como incentivos financeiros, que são oferecidos pelos órgãos/empresas como Ceape, Sebrae e o Banco Popular Brasileiro.

Para as empresas formais e informais, a necessidade de ajuda não só se restringe a área financeira, mas nas áreas da esfera da administração geral e de empreendedorismo, na qual, torna-se ferramentas necessárias para que os empreendedores possam planejar um crescimento, concretizando suas expectativa de futuro, que é continuar no negócio.

5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

O objetivo geral desta pesquisa foi conhecer as razões para a existência da presença do Empreendedorismo Informal no bairro de Felipe Camarão, Natal/RN.

A partir desse e dos demais objetivos foi definido o campo da pesquisa, qual o instrumento utilizado, as suas etapas, a aplicação do pré-teste, que em seguida, a aplicação do instrumento de coleta de dados e sua análise.

Com a aplicação e análise dos dados, se revelou que, os empreendedores do bairro são pessoas que já atuam um bom tempo no mercado, enfrentando ao longo das transformações, dificuldades que, por muitas vezes os possibilitam de continuarem o seu próprio negócio ou de expandirem. Esses empreendimentos ainda apresentam uma estrutura inferior capaz de oferecer serviços e produtos que possa suprir uma demanda e necessidades dos clientes existentes, tanto, uma grande variedade de produtos com preços acessíveis, mas conforto, segurança, agilidade na entrega do produto e no abastecimento da loja, melhorando assim, a imagem da empresa e a qualidade dos serviços oferecidos pela mesma no mercado.

Com uma visão empreendedora, os empreendedores buscam cada vez mais alternativas para atuarem no mercado, uma delas é a obtenção de recursos como financeiros, para alavancar o estoque e conseguirem realizar as vendas. Mas apesar disso, ainda a formalização não é tão real nesse mercado, em razão da falta de outros tipos de incentivos como, orientações como palestras, cursos, eventos de pequeno a grande porte no bairro, realizado para tais empreendedores, que ofereça orientações voltadas para a área do empreendedorismo, tanto como varejo, marketing e logística vem dificultando a ampliação do negócio.

São inúmeras as razões que levam as empresas a estarem situadas em um mercado informal, pois elas consideram que o processo da formalização tornou-se um processo lento, de grande responsabilidade, e que requer elevados custos e oferece grande risco de não obterem retorno, devido a falta de estratégias para atuarem no mercado por muito tempo e de parcerias duradouras entre empresas e órgãos em orientá-los de forma correta e positiva diante das transformações existentes do mercado.

Na aplicação do instrumento de pesquisa, foi possível perceber o quanto, os empreendedores ainda precisam "crescer", de forma que os possibilitem

visualizarem um horizonte a sua frente, diferenciando os caminhos que os levem ao sucesso e os caminhos que os podem levar ao fracasso. Os empreendedores são pessoas ainda muito fechadas as críticas e sugestões, seja elas de que campo for, pois como o mercado do bairro é informal, eles possuem e deixam transparecer o medo de que algum órgão público venha um dia fechar o empreendimento.

Por outro lado, é visível, perceber o quanto mesmo em meio às dificuldades, alguns empreendedores, por algum motivo deixaram seus empregos formais com direitos obtidos com a carteira de trabalho assinada e passaram a correr riscos incalculáveis, em troca de um sucesso – onde muitos consideram possuir ter um vida mais tranqüila. Também perceber-se, o quanto existe de positivo, o interesse em se formalizarem, para muitos a formalização tornou-se um sonho distante, difícil de ser atingido, devido a falta de estímulos, para outros, a formalização é um sonho tão perto de se realizar que muitos já conseguem projetar novas estruturas, layout e pequenas e simples estratégias de venda.

Considerando os resultados obtidos diante da pesquisa realizada, uma nova questão surge: Porque os órgãos competentes não incentivam diretamente esses empreendedores a se formalizarem? Que estratégias são necessárias para que possam diminuir positivamente o índice de informalidade no bairro? Que outros tipos de incentivos, além do financeiro, podem ser oferecidos aos empreendedores para que possa diminuir o índice de informalidade? Através da pesquisa realizada é possível perceber o alto grau de dificuldade encontrado para a aplicação do instrumento de coleta de dados, alguns motivos foram detectados, como: o período de aplicação do instrumento era o período eleitoral, na qual, os empreendedores assimilavam que a pesquisa realizada, fazia parte de alguma campanha política e de obtenção de votos de forma ilegal; ou a pesquisa fosse coordenada e realizada por alguns órgãos competente, objetivando a obtenção de informações, para o levantamento de quais empreendimentos apresentam-se informais no bairro, para uma possível prática da legislação vigente no país, em relação a esse tipo de negócio; ou mesmo fosse uma pesquisa que objetivasse a descobrir pontos fortes e fracos da concorrência, para futuramente ser realizado a abertura de um novo empreendimento concorrente no mercado, apresentando de forma mas planejada e estratégica do que eles, podendo levá-los ao insucesso e que a pesquisa fosse uma coisa irrelevante para eles, sem que a mesma pudesse agregar valor ao seu empreendimento e mercado.

A aplicação do instrumento possibilitou conhecer de forma mais aprofunda o bairro que a pesquisa foi realizada, pois o mesmo tem ao longo do tempo, sofrido inúmeras transformações que, por um lado, possibilitou a abertura de vários negócios, por outro, o fechamento de várias empresas despreparadas para as mudanças.

Diante disso, percebe-se que torná-se necessário o despertar tanto dos órgãos, como empresas privadas, ONGs e profissionais na área, a oferecerem apoio a esse tipo de mercado, não esquecendo dos formais, para que possam ajudá-los a terem a formação de um futuro, baseado em conhecimentos voltados para área, uma projeção de uma missão, visão e de objetivos reais, traçando assim, meios que possam enfrentar riscos incalculáveis e inesperados do mercado, resultando no atingimento das metas estabelecidas e dos objetivos traçados, tanto de curto quando de longo, levando a empresa ao sucesso de forma concreta diante da concorrência em das dificuldades enfrentadas.

REFERÊNCIAS

- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson, 2007.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos e Estratégica e Dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.
- BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominado os Desafios do Empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- CERVO, A.L. *et al.* **Metodologia Científica**. São Paulo: Makron Books, 1996.
- CRUZ JÚNIOR, João Benjamim *et al.* Empreendedorismo e Educação Empreendedora: Confrontação entre a teoria e Prática. **Revista de Ciência da Administração**, Florianópolis, v. 8, n.15, p.9-27, jan-jun. 2006.
- DEDECCA, Cláudio Salvador. Setor Informal e Informalidade no Brasil. **Revista CIÊNCIAHOJE**. Rio de Janeiro, v. 39, n.234, p. 18-29, janeiro/fevereiro. 2007.
- DEGEN, Ronald. **O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. 8 ed. São Paulo: Makron Book, 1989.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 4 ed. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em Negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor inovar e se diferenciar na sua empresa**. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- GIRARDI, Benur A. *at al.* **Empreendedorismo e a Pequena Empresa: Risco e Estratégica**. 2001. 63 fls. Tese (Pós – Graduação em Administração) – Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- HORA, Carlos Eduardo Pereira da. *et al.* NATAL, Prefeitura Municipal. **Conheça Melhor o seu Bairro: Felipe Camarão**. Disponível em: < http://www.natal.rn.gov.br/semurb/bairros/oeste/felipe_camarao.php > Acesso em 28 abril 2008.
- LOURENÇO, Gilmar Mendes *et al.* **Tópicos da Conjunturas**. Disponível em: < http://www.ipardes.gov.br/pdf/bol_ana_conjuntural/bol_29_4i.pdf > Acesso em: 23 abril 2008.

MARCIEL, Marcos Eduardo Rodrigues *et al.* **Empreendedorismo por necessidade e a Economia Informal: a realidade do Shopping Popular Tupinambás em Belo Horizonte.** 2007. Disponível em: < al.http://www.face.ufmg.br/pet/multiface/v1_n2/Multiface_v1_n2_KLEICHEN_et_al_Empreendedorismo_por_necessidade.pdf> Acesso em: 21 maio 2008.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo *et al.* **Projetos de estagio e de Pesquisa em Administração: guia para Estagio, Trabalhos e Conclusão, Dissertação e Estudo de Caso.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SABIOA, João *et al.* **Caracterização do setor Informal a partir dos Dados do Censo Demográficos do Brasil de 2000.** 2004. Disponível em: < <http://www.redcelsofurtado.edu.mx/archivosPDF/saboia2.pdf>> Acesso em 21 maio 2008.

SEBRAE. **Empreendedorismo: perfil do futuro profissional da informação.** 2005. Disponível em:< http://www.sebrae.com.br/momento/o-que-o-sebrae-pode-fazer-pormim/integra_documento?documento=8434C6624095C8D903256FCB0062ACA1> Acesso em: 21 maio 2008.

SANT'NA, Luiz Ernesto. **Visão Acadêmica do empreendedorismo: o caso do curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, do Instituto Superior Tupy, de Joinville/SC.** 2005. 105 fls. Dissertação (Curso de Pós-Graduação em engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

SILVA, Tatiana de Fátima Cavalcante. **Empreendedorismo: perfil do futuro profissional da Informação.** 2002. 63 fls. Monografia (Curso de Graduação em Biblioteconomia). Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, 2002.

URIATE, Luiz Ricardo. **Identificação do intra-empendedor.** 2000. Disponível em: < <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/3802.pdf>> Acesso em: 14 maio 2008.

APÊNDICES

() Não perante a Lei?

Porque? _____

6. Quais as dificuldades a sua empresa encontra para se formalizar?

7. Quais as dificuldades encontradas pela sua empresa no mercado?

Numere de 1 á 10

01 (menos importante) 10 (mais importante)

- | | |
|---|---|
| ☐ Falta de Clientes | ☐ Baixo Lucro |
| ☐ Concorrência muito grande | ☐ Falta de estrutura adequada |
| ☐ Falta de capital próprio | ☐ Problema com a Regularização |
| ☐ Falta de crédito | ☐ Não tem dificuldades |
| ☐ Falta de mão de obra qualificada | ☐ Outros, quais? _____ |

8. Qual o seu sexo? ☐ M ☐ F

9. Qual sua faixa etária?

- | | |
|-------------------------------------|---|
| ☐ 20-30 anos | ☐ 41-50 anos |
| ☐ 31-40 anos | ☐ Acima de 51 anos |

10. Escolaridade

- | | |
|---|--|
| ☐ Fundamental Incompleto | ☐ Ensino Médio Incompleto |
| ☐ Fundamental Completo | ☐ Ensino Médio Completo |
| ☐ Superior Incompleto | ☐ Superior Completo |
| ☐ Outros, qual? _____ | |

11. Que ramo de atividade você atua?

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| ☐ Comércio | ☐ Indústria |
| ☐ Serviço | ☐ Outro |

12. Quanto tempo você atua nesse ramo de atividade?

- | | |
|---|---|
| ☐ Menos de 1 ano | ☐ 06-10 anos |
| ☐ 01-02 anos | ☐ Acima de 11 anos |
| ☐ 03-05 anos | |

