

FARN

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

Adriana Matias de Melo

DIAGNÓSTICO SOCIOECONÔMICO DA CIDADE DE CEARÁ-MIRIM

Orientador:

Prof. Alípio Alberto Carneiro, MSc

**NATAL
2005**

ADRIANA MATIAS DE MELO

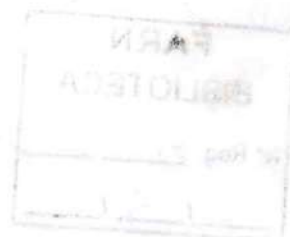
DIAGNÓSTICO SOCIOECONÔMICO DA CIDADE DE CEARÁ-MIRIM

Monografia apresentada à coordenação do curso de graduação em Administração com Habilitação em Marketing da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração com habilitação em Marketing.

Orientador:

Prof. Aluísio Alberto Dantas, MSC.

**NATAL
2005**



Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Melo, Adriana Matias de

Diagnóstico socioeconômico da cidade de Ceará-Mirim / Adriana Matias de Melo. – Natal: FARN, 2005.
49 f.

Orientador: Aluísio Alberto Dantas (M.Sc.)

Monografia (Bacharelado em Administração com Habilitação em Marketing) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Desenvolvimento Comercial – Monografia. 2. Crescimento Econômico – Monografia. 3. Comércio – Ceará - Mirim – Monografia. I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 330.34

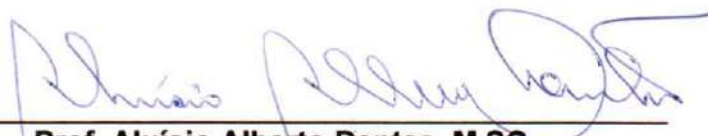


M
330.34
M 485d
2005

Adriana Matias de Melo

DIAGNÓSTICO SOCIOECONÔMICO DA CIDADE DE CEARÁ-MIRIM

Monografia apresentada ao curso de Administração com Habilitação em Marketing
de _____ de _____, pela banca examinadora composta pelos seguintes
membros;



Prof. Alúcio Alberto Dantas, M.SC
Orientador

Profª Fátima Cristina de Lara Menezes Medeiros, M.SC
Membro Examinador

AGRADECIMENTOS

Este trabalho não teria sido possível sem o apoio de várias pessoas, por isso, gostaria de expressar, aqui, meus agradecimentos, esperando ter atingido o objetivo de agradecer as pessoas de quem dependo.

Primeiramente, quero agradecer aos meus professores, com especial destaque ao prof. Edson Alberto Carr, meu orientador, e aos demais professores que me ajudaram ao longo do curso.

Aos meus pais dedico este trabalho, como resultado de meu esforço e também do apoio que deles recebi em todos os projetos de minha vida.

A minhas irmãs Alcinéia e Alcicleide, e ao meu namorado Michel, pelo apoio constante.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi construído com o apoio de várias pessoas, por isso, venho agradecer a todos com as mais sinceras palavras, esperando ter atingido os fins pretendidos neste empenho conjunto e atendido as expectativas de todos que contribuíram para sua construção.

Assim, agradeço a todos os meus professores, pelos ensinamentos ministrados e pelo estímulo aos desafios profissionais e acadêmicos que deles recebi.

Ao membro examinador a prof^a Fátima Cristina, e em especial o meu orientador, o prof. Aluísio Alberto Dantas, que incondicionalmente me distinguiu com sua atenção fornecendo materiais enriquecedores para a obtenção do conhecimento com o intuito de construir um trabalho bem elaborado, e soube perceber os erros e acertos deste trabalho, fazendo-o sempre o melhor.

Aos colegas de sala, no qual estivemos juntos durante toda esta jornada acadêmica, em especial as minhas amigas Mara, Aparecida, Karyna, Rose Anny e Kat.

A FARN, particularmente os diretores, professores e funcionários, pela presteza e suporte que me ofereceram para realização e conclusão desta oportunidade produtiva e valorosa que é a produção de conhecimento.

E a todos que, direta ou indiretamente contribuíram para a elaboração deste trabalho.

ABSTRACT

The present study aims at to analyze the performance of the commerce of the city of Ceará-Mirim, in terms of economic, financial, social and administrative the factors, under the macroeconomic optics micron and. The research was motivated by the commercial dynamics of the city of Ceará-Mirim, considering the expansion of the establishment's deals, through a comparative analysis of performance enters the companies in activities; the same one was developed through methodological actions, specifies, for quantitative study. They had been observed, registered, analyzed, classified and interpreted the diverse facts that involve the functioning of micron and small establishments you deal in the city. The study it confirms that the city of Ceará-Mirim represents a commercial polar region of the region of the great weeds, in function of its geographic localization, its demographic density and the level of economic activity historic carried through in the locality. He was consisted in the research that some factors are important for the enterprise growth mainly that one that they are related to the growth of the commercial demand, sale, and the characteristics of the products prices and costs. The study it still tells some factors that normally compromise the performance of the establishments deal, with prominence for the financial problems and capital of turn, resultants of the prescription disequilibrium and expenditures; in end, the research evidenced that the competition of market of the establishments you deal of Ceará-Mirim compromises the performance of some small businesses, leading in the majority of the times to the closing of establishments. Considering the importance that the micron establishment exerts in the economy of the city, the generation of job and the dynamics of it offers of goods and services, the study concludes the necessity of support to the entrepreneurs of Ceará-Mirim, becoming necessary a previous planning in the opening of the company, observing the abilities you manage, capacity enterprising, logistic operational, strategically vision, economic management, which can result in knowledge right-handers in the development and sustentation of the microns and small local companies generating job and income and promoting the growth economic of the city.

Word-key: Commercial performance; expansion of establishments; income; job; economic growth.

RESUMO

O presente estudo visa analisar o desempenho do comércio da cidade de Ceará-Mirim, em termos dos fatores econômicos, financeiros, sociais e administrativos, sob as óticas micro e macroeconômicas. A pesquisa foi motivada pela dinâmica comercial da cidade de Ceará-Mirim, considerando a expansão dos estabelecimentos comerciais, através de uma análise comparativa de desempenho entre as empresas em atividades; a mesma foi desenvolvida através de ações metodológicas, específicas, para estudo quantitativo. Foram observados, registrados, analisados, classificados e interpretados os diversos fatos que envolvem o funcionamento de micro e pequenos estabelecimentos comerciais na cidade. O estudo confirma que a cidade de Ceará-Mirim representa um pólo comercial da região do mato grande, em função da sua localização geográfica, da sua densidade demográfica e do nível de atividade econômica historicamente realizado na localidade. Foi constatado na pesquisa que alguns fatores são importantes para o crescimento empresarial principalmente aqueles que estão relacionados ao crescimento da demanda comercial, das vendas, das características dos produtos, preços e custos. O estudo relata ainda alguns fatores que normalmente comprometem o desempenho dos estabelecimentos comerciais, com destaque para os problemas financeiros e capital de giro, resultantes do desequilíbrio de receitas e despesas; em fim, a pesquisa constatou que a concorrência de mercado dos estabelecimentos comerciais de Ceará-Mirim compromete o desempenho de alguns pequenos negócios, levando na maioria das vezes ao fechamento de estabelecimentos. Considerando a importância que o micro estabelecimento exerce na economia do município, na geração de emprego e na dinâmica da oferta de bens e serviços, o estudo conclui a necessidade de apoio aos empresários de Ceará-Mirim, tornando-se necessário um planejamento prévio na abertura da empresa, observando as habilidades gerenciais, capacidade empreendedora, logística operacional, visão estratégica, gestão econômica, os quais podem resultar em conhecimentos diretos no desenvolvimento e sustentação das micros e pequenas empresas locais gerando emprego e renda e promovendo o crescimento econômico do município.

Palavras-chave: Desempenho comercial; expansão de estabelecimentos; renda; emprego; crescimento econômico.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1- Distribuição dos entrevistados por sexo.....	28
GRÁFICO 2- Distribuição dos entrevistados por estado civil.....	29
GRÁFICO 3- Distribuição dos entrevistados por escolaridade.....	30
GRÁFICO 4- Distribuição dos entrevistados por faixa etária.....	31
GRÁFICO 5- Distribuição dos entrevistados por renda familiar.....	31
GRÁFICO 6- Número de pessoas ocupadas no comercio.....	33
GRÁFICO 7- Opção tributária	35
GRÁFICO 8- Fatores para o sucesso de uma empresa.....	37
GRÁFICO 9- Dificuldades encontradas na condução das atividades da empresa....	40
GRÁFICO 10- Demanda de assessoria.....	41
GRÁFICO 11- Motivos para constituir a empresa.....	44
GRÁFICO 12- Experiência no ramo do negócio.....	45

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA	09
1.2 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE EM ESTUDO.....	10
1.3 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS	11
1.3.1 Objetivo Geral	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 JUSTIFICATIVA	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 ABORDAGENS CONCEITUAIS DO EMPREENDIMENTO.....	13
2.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR.....	15
2.3 COMO SE FORMA EMPREENDIMENTOS.....	16
3 METODOLOGIA	24
3.1 TIPO DE PESQUISA	24
3.2 UNIVERSO DE AMOSTRA	24
3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	25
3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DE DADOS	26
4 ANÁLISE DO COMÉRCIO DA CIDADE DE CEARÁ-MIRIM.....	27
4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS EMPRESÁRIOS.....	27
4.2 RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO.....	32
4.2.1 Distribuição das empresas segundo o número de pessoas ocupadas.....	32
4.2.2 Opção tributária	34
4.2.3 Principais fatores de sucesso, segundo proprietários das empresas.....	35
4.2.4 Principais dificuldades encontrada na condução da empresa.....	38
4.2.5 quanto à procura de assessoria.....	40
4.3 PERFIL DAS EMPRESAS.....	42
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	46
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
APÊNDICES	

1 INTRODUÇÃO

O bom desempenho do comércio de uma cidade contribui para a geração de emprego, renda produção e crescimento econômico do município. Isto porque o comércio é o segmento que promove a circulação da produção e da renda municipal, sendo relevante para a dinâmica econômica e para a estabilidade das empresas.

Atendendo às exigências obrigatórias da ação acadêmica da FARN para obtenção do curso de bacharelado em Administração com Habilitação em Marketing, e com intuito de contribuir para o desenvolvimento da cidade de Ceará-Mirim, foi realizado um diagnóstico analítico da atividade do comércio local, com a identificação de causas e efeitos do fluxo de criação dos estabelecimentos comerciais da referida cidade.

Com a presente pesquisa, foram enfatizados algumas características que subsidiarão as diretrizes econômicas da cidade, considerando que foram diagnosticados, como critérios e em base metodológicas, as causas e efeitos do fluxo de expansão dos estabelecimentos comerciais. Como também o processo de criação e de identificação dos principais fatores associados ao sucesso e insucesso no mundo dos negócios, através de uma análise comparativa de desempenho entre empresas em atividades.

Espera-se que as conclusões do estudo sejam úteis para a orientação das atividades empresarias da cidade de Ceará-Mirim, no sentido de subsidiar o planejamento e a questão estratégia do plano de desenvolvimento municipal.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

O presente estudo tem como objetivo quantificar e analisar a demanda comercial da cidade de Ceará-Mirim. Atualmente observa-se o surgimento de novos empreendimentos comerciais, os quais vão de encontro com a realidade municipal. O estudo mostra, através de dados, a grande expansão de estabelecimentos comerciais na cidade.

Nos anos 60 o comércio local era impulsionado pelo mercado açucareiro, além dos diversos produtos produzidos no vale, no qual era distribuído para o estado. Atualmente, a economia municipal depende de atividades do comércio, de algumas indústrias e da prestação de serviço.

Observando-se a visão empresarial em estabelecer empreendimentos na cidade, verifica-se uma baixa circulação de recursos financeiros, os quais a pesquisa quantificou, através de números, o perfil dos estabelecimentos comerciais. Partindo deste princípio, foi identificado os critérios que são relevantes para estabelecer empreendimentos na cidade.

A pesquisa realizou uma análise crítica no setor comercial, na qual foi verificada a visão geral que os empresários vêem da realidade comercial da cidade.

De acordo com a questão abordada, a pergunta chave é a seguinte: por que, existe tanta demanda comercial na cidade de Ceará-Mirim?

1.2 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE EM ESTUDO

A cidade Ceará-Mirim, fundada em 1755, está localizada na zona do litoral, à margem direita do rio do mesmo nome; limita-se ao norte com Pureza e Maxaranguape; ao sul com São Gonçalo do Amarante e Ielmo Marinho; ao leste com o Oceano Atlântico e Extremoz; e oeste com Taipú; e encontra-se a 28km da capital potiguar.

A população do município é de 62.424 habitantes, distribuída em urbana, com 30.839 habitantes; e rural com, 31.585 habitantes. (INSTITUTO...,2005).

A atividade comercial é desempenhada por estabelecimentos comerciais, em sua maioria pequenos e micro varejistas. Além dessas atividades geradoras de rendas, duas outras também se enquadram neste segmento: os serviços informais e o serviço público, que são fontes de renda na cidade.

Segundo dados coletados diretamente na Secretária de Tributação de Ceará-Mirim, a cidade apresenta atualmente 796 estabelecimentos varejistas. Grande parte da expansão desses estabelecimentos comerciais, está localizado no centro comercial, onde acontece a feira semanal. O maior volume de vendas ocorre na última semana de cada mês, e início do mês que corresponde ao pagamento de funcionalismo público e aposentados.

A caracterização do estudo é, portanto dada pela identificação e análise dos estabelecimentos comerciais que são anualmente criados; ou seja, o que caracteriza o presente estudo é a identificação de causas e efeitos do fluxo de expansão dos estabelecimentos comerciais na cidade de Ceará-Mirim.

1.3 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

1.3.1 Objetivo Geral

Diagnosticar o desempenho e crescimento dos estabelecimentos comerciais da cidade de Ceará-Mirim.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Conhecer a demanda comercial do comércio em Ceará-Mirim;
- b) Analisar o perfil socioeconômico das empresas e dos empresários;
- c) Analisar os fatores de sucesso e de insucesso das pequenas e micro-empresas comerciais da cidade de Ceará-Mirim.

1.4 JUSTIFICATIVA

A economia da cidade de Ceará-Mirim é importante para o Rio Grande do Norte, porque apresenta expressiva representatividade para o setor agrícola. Com o

destaque para a cana-de-açúcar, principal produção do município, cuja produção foi de 200.000 (duzentas mil) toneladas no ano de 2002.

Diante disto foi surgindo na cidade uma grande expansão de micro empresas, destinadas ao comércio varejistas; como também o surgimento de empresas de serviços, no qual encontra-se na cidade 2 estabelecimentos bancários; 8 pousadas para 200 leitos; 3 mercados públicos; 2 empresas de serviços de transporte coletivo com 76 ônibus em operação; 1 agência de correios; o consumo de energia elétrica na área comercial é de 2.968 kw distribuído no setor comercial. (INSTITUTO...,2005).

estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”.

De acordo com Dolabela; Fernando (1999, p.68), “O empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que seu trabalho confunde com o prazer”.

Segundo Degen, Roanald Jean (1989, p. 10), “Ser empreendedor significa ter acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática idéias próprias, características de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar”.

Na visão de Degen, Ronald Jean (1989, p.11), “O empreendedor por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles. Os riscos fazem parte de qualquer atividade, e é preciso aprender administrá-lo”.

Conforme Dornelas, José Carlos Assis (2001, p.15), “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”.

Segundo Dornelas, José Carlos Assis (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 matérias”.

Na opinião de Dornelas, José Carlos Assis (2001, p. 218), “O empreendedor não é uma ilha isolada no oceano. Por meio de uma rede de contatos, ele deve identificar os melhores profissionais e entidades para assessorá-lo”.

Conforme Dornelas, José Carlos Assis (2001, p. 233), “Ser empreendedor não é uma opção de vida, mas uma missão de vida. O empreendedor não arrisca apenas o seu futuro, mas também de todas aquelas que estão á sua volta, que trabalham para o seu sucesso”.

Para Longenecker, Juntling G. ; Moore, Carlos W. ; Petty, J. Willian (1997, p. 3), "Os empreendedores são heróis populares da moderna vida empresarial. Eles fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico".

Verifica-se que o talento de ser empreendedor resulta de percepções, direção, dedicação e muito trabalho, know-how e habilidade , o empreendedor está sempre atrás de novas idéias de negócio e de verdadeiras oportunidades de mercado, ficando atento a tudo que acontece em sua volta.

Exigindo do empreendedor muita responsabilidade, estudo, sacrifício e bom senso que deve refletir o comprometimento do empreendedor com o sucesso do negócio, portanto antes de iniciar um negócio deve estudar muito, não fazer isso e deixar tudo acontecer é estar aumentando a fragilidade do negócio.

2.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Segundo Planejando a Abertura do Seu Negócio (SEBRAE/RN, 2004, p. 29), "No mundo dos negócios é muito importante que você identifique suas reais características empreendedoras como: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, independência e autoconfiança, comprometimento, correr riscos calculados, persuasão e rede de contatos".

Na opinião de Pequenas Empresas e Grandes Negócios (2004, p. 8),

As características fundamentais para o empreendedor conquistar o sucesso: busca de oportunidade e iniciativa, persistência, comprometimento com o negócio, qualidade e eficiência, disposição para correr riscos, estabelecimentos de metas, busca de informações, planejamento, persuasão e rede de contatos, independência e auto confiança. São características que se deve somar, ainda a capacidade de sonhar, a paixão pelo que faz e humildade. Quem consegue unir essas características de gestão eficientes e a um processo de capacitação contínuo pode ser da o luxo de dizer que venceu como empreendedor.

De acordo Dolabela; Fernando (1999, p.71), as características do empreendedor:

Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização; tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos;

considera o fracasso um resultado como outro qualquer pois aprende com os próprios erros; cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento”.

Para Dornelas, José Carlos Assis (2001, p.31),

As características dos empreendedores de sucesso: são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados, são organizados, planejam, planejam, planejam, possuem conhecimentos, assumem riscos calculados, criam valor para a sociedade.

Para a revista Seu Sucesso (2005, p. 32), “os 5 P’s do empreendedor são: Perícia; é importante pensar no negócio, além de ser somente um grande executor. Planejamento; ter sempre em mão um plano de ação. Prudência; espere pela hora de entrar no mercado. Paciência; todo negócio tem seu tempo de maturação, aceite e respeite. Perseverança; insista e persevere”.

Na visão de Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2005, p.19),

As características do empreendedor são: gostar do que se faz; dedicar-se e comprometer-se com o próprio negócio; trabalhar com vontade; atender com brilho nos olhos; buscar informações e coletar dados; planejar e conhecer o mercado; apostar em uma oportunidade viável; saber a hora de recuar; seguir exemplos consagrados.

Assim o empreendedor de sucesso possui características extras, pois criam métodos próprios imaginativos e criativos, conhecem como poucos o negócio que atua, permitem o nascimento de uma nova empresa, onde de uma idéia surge uma inovação, e desta uma empresa.

Contudo, é um desafio para quem se dispõe a ter um negócio próprio converse-se através de suas justificativas, de que possui realmente uma oportunidade a ser explorada, além de iniciativa de buscar os argumentos que justifiquem para si mesmo.

2.2.1 COMO SE FORMA EMPREENDIMENTOS

De acordo com a revista Seu Sucesso a Revista do Empreendedor (2005, p. 14), “Para montar o próprio negócio, tem que estudar tudo, sobre o empreendimento,

as estruturas de custo, o mercado no qual está entrando, e procurar auxílio de assessoria que tem muita acessível”.

Para Pequenas Empresas e Grandes Negócios (2005, p.114), “O Empreendedor tem que ter competências, como a disposição de correr riscos, criatividade para idealizar novas linhas de produtos e a iniciativa de ir ao encontro do cliente, entre outras”.

De acordo com Seu Sucesso a Revista do Empreendedor (2005, p.13):

Dificuldade para abrir uma empresa no Brasil, pagar os tributos e impostos e enfrentar a concorrência às vezes até pirata, muitos empreendedores acabam optando pela informalidade. A informalidade é vista como vantajoso para o empreendedor porque a carga tributária é elevada e porque ele não dispõe de recursos para investir no negócio. Além disso, quem é legalizado ainda sofre com a concorrência desleal dos informais.

Para a revista Meu Próprio Negócio (2005, p. 6), “Uma empresa de sucesso não se faz apenas com investimento financeiros e muito trabalho. É essencial ter vocação, motivação iniciativa, flexibilidade e espírito de liderança são as características comuns de grandes empreendedores”.

Na visão da revista Meu Próprio Negócio (2005, p.11):

Muitas pessoas acreditam que a abertura de um negócio se resume a uma boa idéia e ao porte de recursos. Na prática queimar etapas fundamentais, como elaboração de um plano de negócio, é um erro grave que costuma levar os empreendedores ao fracasso. A pressa e a confiança em excesso são prejudiciais, na hora de abrir uma empresa, estudar o mercado a fundo, analisar a concorrência e fazer projeções para todos os cenários possíveis, inclusive os negativos. Um plano de negócio detalhado da ao futuro empresário o conhecimento sobre o mercado que irá atuar.

Segundo Pequenas Empresas e Grandes Negócios (2004, p.20), “Na tentativa de reduzir custos, especialmente tributários, o empreendedor opta por adiar o quanto possível à formalização da empresa. Está errado, porque aumenta muito o risco de atuações fiscais”.

Para a revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios (2004, p.20):

Depois de iniciadas as operações da empresa, o empreendedor normalmente espera obter resultados imediatos. Não considera o prazo de maturação que o negócio exige para a recuperação do investimento e não consegue projetar sua empresa no futuro. Por ansiedade ou por ter uma visão imediata, pode desistir da empresa.

De acordo com Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no RN (SEBRAE/RN, 2005, p.21):

São constituídas no RN anualmente aproximadamente 3.600 novas empresas. O Sebrae identificou através de pesquisa que os fatores de sucesso apontados pelos empresários foram agrupados segundo três características básicas comuns: Habilidades gerencias, capacidade empreendedora, logística operacional.

Na opinião de Pequenas Empresas e Grandes Negócios Especial Guia de Franchising (2003,p.48), "Equipamentos modernos know-how do empreendedor facilitam, mais é o atendimento personalizado que ajuda empresário a enfrentar a pesada concorrência do setor".

Conforme Longenecker, Justing G. ; Moore, Carlos W. ; Petty, J. William (1997, p. 161), "Um passo inicial importante para abrir qualquer negócio é a preparação de um plano de negócio. O plano de negócio descreve a idéia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros".

Para Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2003, p. 2), "Sempre que decide abrir a própria empresa, o empreendedor costumeiramente é alertado para a possibilidade de se tornar um auto empregado, questão que somada a outros fatores, é vital para o sucesso ou para o fracasso de um empreendimento".

Conforme Seu Sucesso a Revista do Empreendedor (2004, p.50), "Muita empresas quebram porque gastam mais do que devem. É preciso saber administrar a escassez, não a abundância, o empreendedor calcula quantos clientes ganhará, mas se esquecer de pensar quantos pode perder e, portanto de quantos terá que obter para manter o negócio".

Para Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no RN (SEBRAE/RN, 2005, p.22):

Para os empresários obterem sucesso nas vendas, é necessário ter bom conhecimento do mercado, que pode ser traduzido em alguns aspectos fundamentais da condução dos negócios, como, por exemplo, conhecer a clientela potencial e quais produtos eles procuram, avaliar e procurar as melhores fontes para a aquisição dos bens para a formação do estoque da empresa, entre outros.

Conforme Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no RN (SEBRAE/RN,2005,p.24)

As causas do fechamento das empresas, para os empresários que encerram as atividades, encontram-se em primeiro lugar, questões relacionadas a falhas gerenciais na condução do negócio, expressas nas razões: falta de capital de giro (indicado descontrole de fluxo de caixa), problemas financeiros (situação de alto endividamento), ponto inadequado (falhas no planejamento inicial) e falta de conhecimento gerenciais. Predominando em segundo lugar, as políticas públicas e o arcabouço legal, destacando-se carga tributária elevada, falta de crédito bancário e problemas com a fiscalização. De acordo com os cálculos levantados pelo Sebrae, "calcula-se o fechamento de 5.939 empresas nos anos de 2000, 2001 e 2002, em apenas 02(dois) anos de existência além da perda 21.666 ocupações contribuindo para o crescimento das taxas de desemprego e da atividade informal.

Na opinião de O Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2003, p.12), "O empreendedor tem que ter um nível de informação muito maior para poder negociar, porque certamente o seu oponente, se quiser tem a informação".

Para O Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2003,p.50), "Se o principal motivo que leva os brasileiros a empreender é a necessidade, é preciso tirar os viradores da informalidade, o que trará, certamente uma melhoria na arrecadação tributária. Isso se houver políticas macroeconômicas que estimulem os viradores a trilhar a via da legalidade".

Segundo O Empreendedor Inovação e valor aos Negócios (2003, p. 7), "A força que empurra o empreendedor para o sucesso é à vontade de enfrentar o desafio de abrir o próprio negócio. Somada a essa vontade tem que haver disposição para adquirir conhecimentos e para desenvolver comportamentos adequados a empreendedores bem-sucedidos".

Para a revista O Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2003, p.53):

A cultura do empreendedorismo tem se disseminado no Brasil, mas ainda é preciso evoluir ainda mais, é importante mudar a forma como os empreendimentos têm se iniciado, isto é, para que o empreendedorismo ocorra a partir de uma iniciativa própria do executivo e não apenas por necessidade, como acontece na maioria dos casos, quando muitas vezes a pessoa se torna empreendedora por estar sem emprego.

De acordo com a revista O Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2005, p.9): "Muitas empresas morrem por causa de burocracia, alta carga tributária,

ausência de capital de giro e pouca informação sobre o mercado. Mas é importante que o empresário, ao montar sua empresa, tenha de antemão todos os conhecimentos disponíveis”.

Para Revista O Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2004, p.24), “A dificuldade em conseguir recursos para abrir e gerenciar novos negócios ganhou uma nova perspectiva com o surgimento de muitas instituições de capital de risco, o que, se por um lado intensificou a caça por bons negócios, por outro se tornou alvo de críticas por parte de alguns empreendedores”.

Segundo O Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2004, p.11), “O empreendedor não deve deixar nunca de ouvir as cinco vozes: os clientes, os fornecedores, os colaboradores, o meio corporativo e o mundo”.

Na opinião de Longenecker, Justing G. ; Moore, Carlos W. ; Petty, J. William (1997, p.135),

O fundador de uma pequena empresa freqüentemente deseja passá-la para um filho ou uma filha, na maioria dos casos os negócios e a família crescem simultaneamente, mesmos aqueles empregados que não fazem parte da família também são afetados pelas considerações de família. Em alguns casos, sua oportunidade de promoção é reduzida pela presença dos membros da família que chega para assumir a pista interna da corrida para promoção.

Conforme Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios (2004, p.21),

Nos últimos dez anos, o empreendedorismo tem sido uma forma utilizada pela sociedade para construir o próprio desenvolvimento e crescimento sustentável. É o motor da economia do município, do estado e da nação e não apenas um modismo, pois se tornou tendência em todo o mundo para garantir a sobrevivência, gerar emprego e renda, abastecer o sistema de impostos e criar funções novos trabalhos.

De acordo com Dolabela;Fernando (1999, p.36), “Empreender com sucesso significa ser capaz de desenvolver um potencial de aprendizado e criatividade, junto com a capacidade de implementá-lo em velocidade maior que o ritmo de mudanças no mercado”.

Para Degen, Ronald Jean (1989, p.8), “Os empreendedores, no primeiro estágio de crescimento, acumulam recursos e procuram identificar oportunidades de negócios para iniciar um empreendimento”.

Na opinião de Degen, Ronald Jean (1989, p.14):

Existe uma grande variedade de motivos que levam as pessoas a ter seu próprio negócio. Algumas mais comuns são: vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado; desejo de sair da rotina e levar suas próprias idéias adiante; vontade de ser seu próprio patrão e não ter de dar satisfação a ninguém sobre seus atos; a necessidade de provar a si e aos outros de que é capaz de realizar empreendimentos e o desejo de desenvolver algo que traga benefícios.

Segundo Degen, Ronald Jean (1989, p. 20):

O empreendedor de sucesso é aquele que não se cansa de observar negócios, na constante procura de oportunidades, seja no caminho de casa, do trabalho, nas compras nas férias, lendo revista, jornais ou vendo televisão. Ele é curioso e está sempre atento a qualquer oportunidade de conhecer melhor um empreendimento. Sabe que suas chances de sucesso aumentam com este conhecimento, e que o sucesso só vem para quem trabalha duro para consegui-lo.

Para Degen, Ronald Jean (1989, p.46): "O futuro empreendedor que está analisando um setor para iniciar seu negócio, é muito importante identificar as mudanças que estão ocorrendo neste setor, a fim de identificar e explorar uma oportunidade que os concorrentes estabelecidos não viram ou não tem agilidade de explorar, devido aos investimentos já realizados".

Na opinião de Degen, Ronald Jean (1989, p.67):

As razões para o fracasso da maioria dos pequenos empreendimentos são a falta de habilidade administrativa, financeira, mercadológica ou tecnológica dos empreendedores. Essa falta de habilidade manifesta-se mais frequentemente, em ordem de importância, através dos seguintes problemas: falta de experiência gerencial do empreendedor, conhecimento inadequado do mercado, localização errada, ineficiências em marketing e vendas, abordagem incorreta de vendas, erros gerenciais no desenvolvimento do negócio, crescimento mal planejado, capitalização excessiva em ativos fixos.

Conforme Degen, Ronald Jean (1989, p.140), "Antes de prosseguir com um novo empreendimento, é importante verificar se o futuro empreendedor dispõe de respostas positivas para todos os cinco pré-requisitos necessários para iniciá-los, identificado como: conceito do negócio, conhecimentos, contatos, recursos e encomendas".

Para Degen, Ronald Jean (1989, p. 273), "O sucesso das empresas depende, principalmente da boa administração do seu portfólio, isso é, da avaliação correta dos empreendedores, negócios e diversificação dos riscos".

De acordo com Dornelas, José Carlos Assis (2001, p.218), "O processo de criação de uma empresa às vezes é tedioso e estressante, mas todo empreendedor deve entender a legislação á qual sua empresa está enquadrada, buscando sempre tirar vantagem competitiva desse processo".

Segundo Dornelas, José Carlos de Assis (2001, p. 230):

Muitos empreendedores acreditam que o mais difícil em todo o processo empreendedor é a obtenção do capital inicial para o negócio. Essa é de fato uma queixa de muitos empreendedores brasileiros: a restrição de crédito no país. Talvez isso faça os empreendedores se sentirem vitoriosos quando conseguem o investimento ou financiamento para o início do negócio.

Para Dornelas, José Carlos Assis (2001, p.232):

O mais difícil para muitos empreendedores é reconhecer quando o negócio não tem mais chance de ser lucrativo, ou seja, quando o negócio precisa ser fechado. Reconhecer esse momento e não desistir de tentar de novo é uma virtude. E quando tudo começar e o processo empreendedor se repetir, o empreendedor estará mais preparado para as adversidades que encontrará na jornada seguida.

Na opinião de Longenecker, Justing G. ; Moore, Carlos W. ; Petty, J. William,(1997, p. 70), "Uma visão equilibrada da pequena empresa na economia requer que considere também seu lado obscuro, ou seja o registro de fracasso nos negócios, no qual envolvem mais do que os custos financeiros ao dono do negócio. Os custos incluem os de natureza psicológicas, social e econômica".

Para Longenecker, Justing G.; Moore, Carlos W.; Petty, J. William, (1997, p. 85),

O marketing de nicho ou marketing de alvo, é uma forma especial de estratégia de mercado em que os empreendedores tentam isola-se dos concorrentes, estabelecendo como alvo segmentos especiais de mercado. A estratégia pode ser desenvolvida através de: preço, design de produtos, serviço, embalagem e assim por diante.

Na opinião de Longenecker, Justing G.; Moore, Carlos W.; Petty J. William, (1997, p. 78),

Há diversas razões possíveis para desenvolver um negócio novo, essas razões incluem: A invenção de um novo produto ou serviço que necessita de um novo tipo de negócio. Liberdade para selecionar a localização ideal, o equipamento, os produtos ou serviços, empregados, fornecedores e bancos. Livrar-se de precedentes, políticas, procedimentos e comprometimentos legais indesejáveis das empresas existentes.

Percebe-se que um dos fatores que contribuem para o insucesso das empresas está diretamente relacionada á falta e má condução do processo de planejamento no inicio do negócio, como também ao não conhecimento das características e do potencial do mercado ao qual o negócio está vinculado. *

Existe empresário que começa um negócio próprio imaginando que, depois da abertura os resultados surgem naturalmente; mas não é bem assim, o cuidado é fundamental, ele deve ser capaz de lidar com riscos, gerenciar crises e estimular a equipe.

Verifica-se, também, que as empresas que obtém sucesso, além de ter planejado e projetado um plano de negócio, tem capital de giro, identificaram demandas potenciais; têm visão empreendedora, o que permite avançar em descobertas feitas para comandar o negócio e identificar oportunidades.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

O estudo foi desenvolvido com base em pesquisa quantitativa descritiva, considerando que foram observados, registrados, analisados, classificados e interpretados os diversos fatos que envolvem o desenvolvimento e crescimento de micro e pequenos estabelecimentos comerciais na cidade de Ceará-Mirim.

De acordo com Cervo; Bervian (1996, p.49), pesquisa descritiva "Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e consumidores mais complexos".

Para Mattar (1999, p.85), pesquisa descritiva "Compreende grande número de métodos de coleta de dados, estes métodos compreendem: entrevistas pessoais, entrevistas por telefone, questionários por correio, questionários pessoais e observação."

Na opinião de Andrade (1998, p.104), "Uma das características da pesquisa descritiva é a técnica padronizada da coleta de dados, realizada principalmente através de questionários e da observação sistemática."

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo pesquisado foi constituído pelo total de estabelecimentos comerciais instalados na cidade de Ceará-Mirim. Segundo informações da Secretaria de Tributação da cidade, existem atualmente 796 estabelecimentos comerciais atuando na cidade, em condições jurídicas e legais de empresas formais.

Tratando-se de um estudo que visa diagnosticar o desenvolvimento e crescimento dos micros e pequenos estabelecimentos comerciais da cidade de

Ceará-Mirim, detectou-se o método de amostragem propício para aplicar ao estudo é à amostra aleatória simples, através de questionários aplicativos junto aos micros e pequenos estabelecimentos comerciais, num total de 128 questionários, que perfaz o tamanho da amostra, a qual foi calculada com erro de 7% e uma confiabilidade de 95%.

Para Andrade (1998, p.124), "O universo da pesquisa é constituído por todos elementos de uma classe, ou toda a população. População é o conjunto total e não se refere apenas a pessoas, pode abranger qualquer tipo de elementos: pessoas, pássaros, amebas, espécies vegetais etc."

Mattar (1999, p.262), amostra "É qualquer parte da população. E a amostra aleatória simples caracterizar-se pelo fato de cada elemento da população ter a probabilidade conhecida, diferente de zero, idêntica á dos outros elementos, de ser selecionado para fazer parte da amostra."

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O procedimento metodológico adequado para coleta dados foi pesquisa de campo, junto às pessoas diretamente envolvidas com a referida atividade comercial; bem como informações obtidas em instituições locais e que tinham atuação direta junto à ação comercial da cidade.

A execução da referida pesquisa foi apoiada em técnicas padronizadas de coleta direta de dados, realizada através de questionários com perguntas fechadas e previamente estruturadas. A coleta obedeceu às técnicas estatísticas de coleta aleatória.

De acordo com Lakatos; Marconi (1991, p.165), coleta de dados "É a etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta de dados."

Para Mattar (1999, p.239), coleta de dados "É o documento através do qual às perguntas e questões serão apresentados ou formulados aos respondentes, onde serão registrados as respostas e dados obtidos."

Na opinião de Andrade (1998, p.126), pesquisa de campo Utiliza técnicas específicas, que têm o objetivo de recolher e registrar, de maneira ordenada, os dados sobre o assunto em estudo.

3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DE DADOS

Após a coleta, filtragem e organização dos dados, os mesmos foram colocados em tabelas, que servem de base para a devida confecção dos representáveis gráficos, realizando-se em seguida a análise de cada uma das questões pesquisadas .

As tabelas e gráficos estão distribuídos nos diversos itens do capítulo seguintes. Os mesmos fundamentam as análises e confirmam a abordagem aleatória, as quais estão diretamente relacionadas aos objetivos específicos do presente estudo.

4 ANÁLISE DO COMÉRCIO DA CIDADE DE CEARÁ-MIRIM

Conforme consta dos objetivos do estudo, a preocupação da presente pesquisa é diagnosticar o desempenho dos estabelecimentos comerciais da cidade de Ceará-Mirim. Para tanto, foram identificados e analisados as demandas comerciais e o fluxo de concentração dos estabelecimentos na cidade.

Com base em dados coletados diretamente em alguns estabelecimentos comerciais, obedecendo ao plano amostral definido metodologicamente e utilizando instrumentos de coleta tecnicamente elaborados, pode-se avaliar indicadores estatísticos e variáveis do desempenho empresarial descritos nos seguintes grupos:

- a) Perfil socioeconômico dos empresários;
- b) Distribuição das empresas, segundo o número de pessoas ocupadas;
- c) Opção tributária;
- d) Principais fatores de sucesso das empresas;
- e) Dificuldades encontradas na condução das atividades das empresas;
- f) Demanda de assessoria e consultoria;
- g) Perfil das empresas;

4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS EMPRESÁRIOS

A pequena e microempresa do nordeste brasileiro é normalmente oriunda de organizações familiares, é vinculada ao setor terciário da economia e têm uma vida útil. Além da informalidade, os empreendimentos exercem importante função social, em termos da ocupação da mão-de-obra e da geração de renda para expressiva parcela da produção nordestina.

Conforme descrevem as tabelas e gráficos de 1 a 5, os empresários pesquisados apresentam características próprias dos empreendimentos privados do nordeste brasileiro. Foram entrevistados homens e mulheres; a maioria é do sexo masculino, representando 75%; os casados, totalizam 78%, as pessoas que possuem ensino médio completo corresponde a 59%; a faixa etária é relativamente

jovem, considerando que 33% dos proprietários têm idade superior a 47 anos; as informações confirmam que a maioria dos proprietários tem idade na faixa de 33 a 42 anos, concentrando 38% do total dos proprietários entrevistados da cidade de Ceará-Mirim.

Com relação à renda familiar dos empresários, constata-se que 38% dos entrevistados têm uma renda mensal acima de 9 salários mínimos e 36% dos entrevistados anfore a uma renda mensal de 6 salários mínimos. A minoria dos proprietários 9%, tem renda abaixo de 3 s.m; e a renda mensal até 5 s.m abrange o contingente de 17% dos entrevistados.

Os dados mostram, portanto que a maioria dos comerciantes da cidade, independente do tamanho de empreendimento, têm renda superior a 6 salários mínimos, considerando que 74% dos entrevistados informaram pertencer ao referido intervalo de renda.

TABELA 1- Distribuição dos entrevistados, segundo o sexo dos proprietários das empresas.

Respostas	Nº de entrevistados	%
Masculino	96	75
Feminino	32	25
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

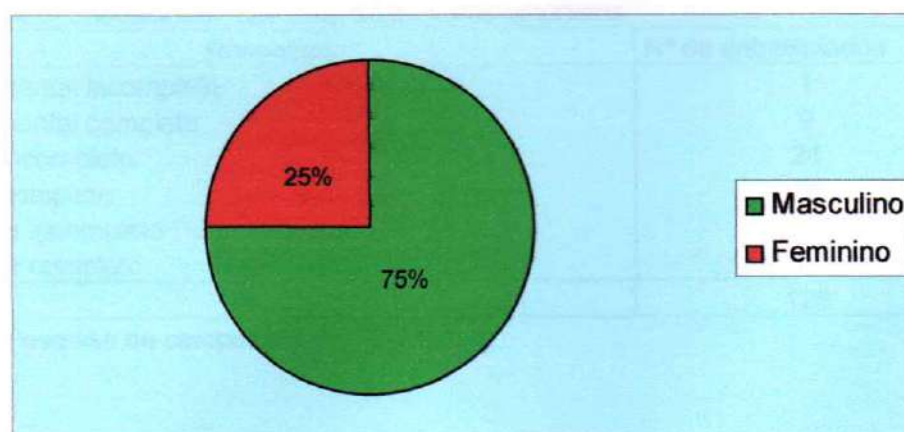


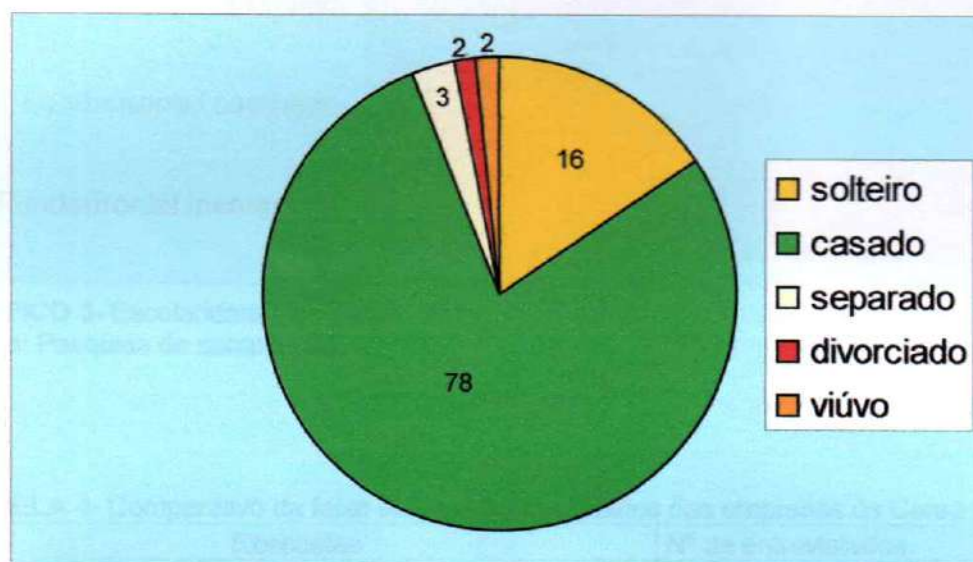
GRÁFICO 1- distribuição dos entrevistados, segundo o sexo dos proprietários das empresas.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

Tabela 2- Estado civil dos proprietários das empresas de Ceará-Mirim

Respostas	Nº de entrevistados	%
solteiro	20	16
casado	100	78
separado	4	3
divorciado	2	2
viúvo	2	2
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

**GRÁFICO 2-** Estado civil dos proprietários das empresas de Ceará-Mirim.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

TABELA 3- Escolaridade dos proprietários das empresas

Respostas	Nº de entrevistados	%
Fundamental incompleto	1	1
Fundamental completo	9	7
Médio incompleto	24	19
Médio completo	76	59
Superior incompleto	4	3
Superior completo	14	11
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

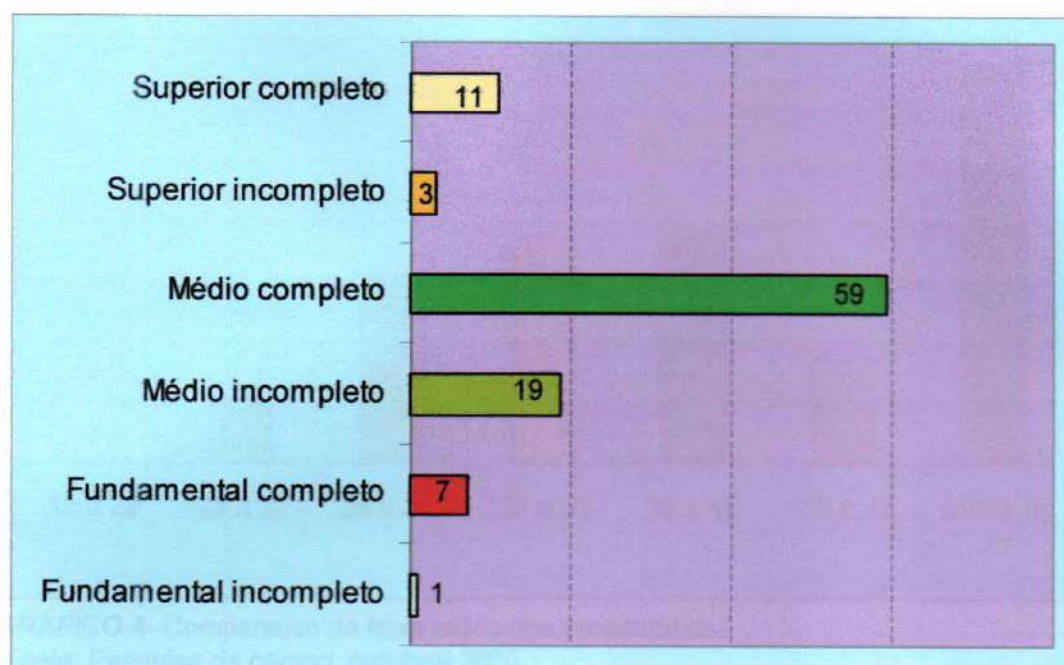


GRÁFICO 3- Escolaridade dos proprietários das empresas
 Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

TABELA 4- Comparativo da faixa etária dos proprietários das empresas de Ceará-Mirim.

Respostas	Nº de entrevistados	%
18 a 22		0
23 a 27	7	5
28 a 32	20	16
33 a 37	24	19
38 a 42	24	19
43 a 47	11	9
acima de 47	42	33
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

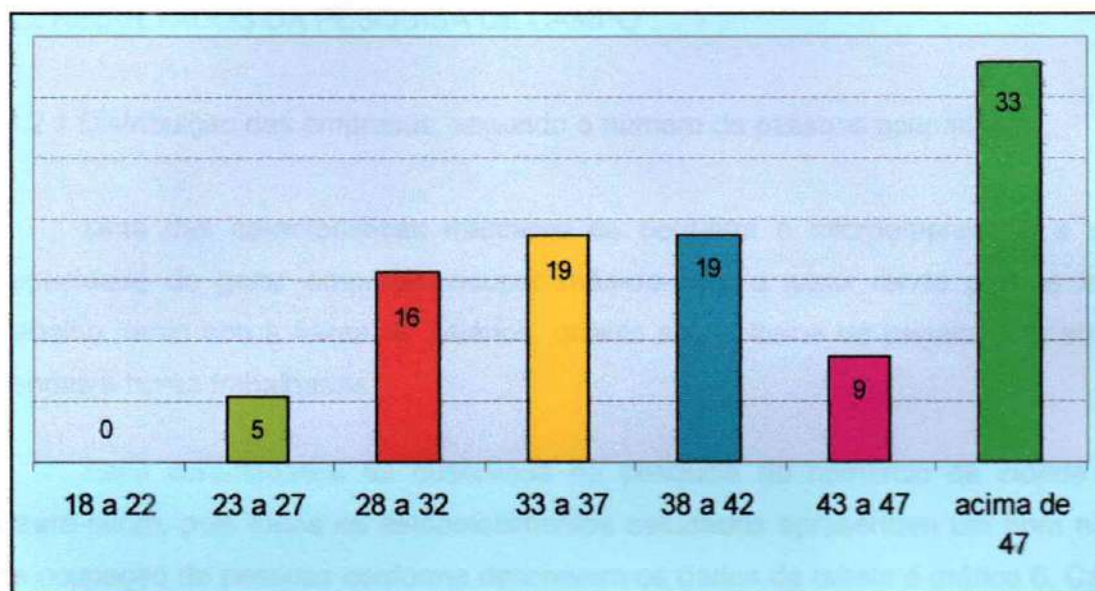


GRÁFICO 4- Comparativo da faixa etária dos proprietários.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

Tabela 5- Renda mensal familiar dos proprietários das empresas de Ceará-Mirim.

Respostas	Nº de entrevistados	%
Menos de 3 s.m	12	9
3 a 5 s.m	22	17
6 a 8 s.m	46	36
9 a 11 s.m	48	38
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

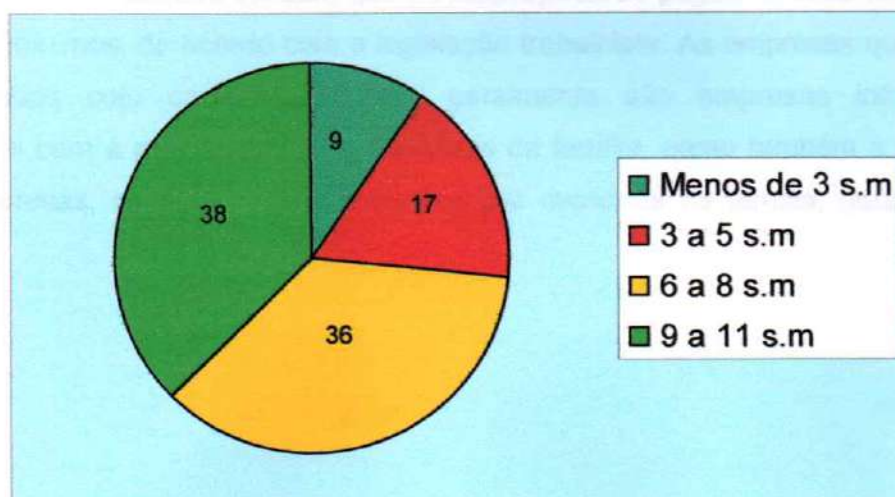


GRÁFICO 5- Renda familiar dos proprietários das empresas de Ceará-Mirim

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

4.2 RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

4.2.1 Distribuição das empresas, segundo o número de pessoas ocupadas.

Uma das características marcante da pequena e microempresa é a sua capacidade de gerar emprego, ocupar mão-de-obra e gerar renda para o fator trabalho, tanto sob a forma de salários, quanto sob a forma de pagamentos sobre vendas e horas trabalhadas.

Essa característica foi observada na pesquisa do comércio da cidade de Ceará-Mirim, pois todos os estabelecimentos estudados apresentam um bom nível de ocupação de pessoas conforme descrevem os dados da tabela e gráfico 6. Cada comércio tem mão-de-obra ocupada, a maioria dos estabelecimentos, 51% do total, tem trabalhadores empregados com carteira assinada, 15% é sem carteira assinada.

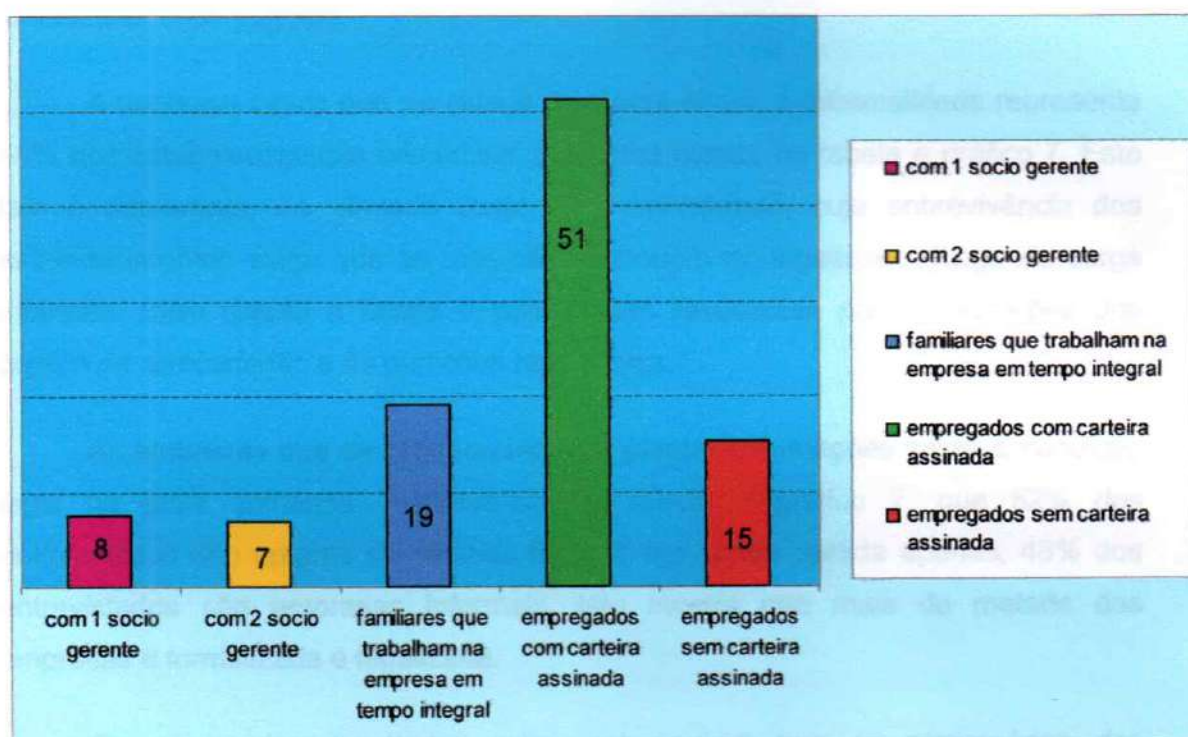
O gráfico e tabela 6, permite mostrar o número de pessoas ocupadas no comércio da cidade de Ceará-Mirim. Do universo entrevistado, observa-se que 51% têm empregados com carteira assinada; apenas 15% ocupam pessoas sem carteira assinada; e 19% são familiares que trabalham em tempo integral. É importante ressaltar que os estabelecimentos têm sócios proprietários, onde 7% dos mesmos pertencem a 2 sócios gerentes; e 8% com um único sócio.

Os dados obtidos indicam que os empregadores pagam a seus funcionários, salários mínimos, de acordo com a legislação trabalhista. As empresas que não têm empregados com carteira assinada, geralmente são empresas informais ou empresas com a participação dos membros da família, como também a sociedade das empresas, os quais são constituídos por membros da família, geralmente as esposas.

Tabela 06- Número de pessoas ocupadas no comercio de Ceará-Mirim

Nº de pessoas	Nº de entrevistados	%
com 1 sócio gerente	67	8
com 2 sócio gerente	61	7
familiares que trabalham na empresa em tempo integral	169	19
empregados com carteira assinada	453	51
empregados sem carteira assinada	136	15
total	886	100

FONTE: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

**GRÁFICO 6-** Número de pessoas ocupadas no comercio de Ceará-Mirim

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

4.2.2 Opção Tributária

O imposto e a legislação da pequena e microempresa é um dos aspectos que divide bastante a condução legal dos empreendimentos de pequeno porte no Brasil, no Nordeste e em todas as localidades do país. O número de estabelecimentos informais é elevado, considerando o peso da carga tributária e o custo que a formalidade exerce na empresa. Por sua vez, com a informalidade os proprietários conseguem reduzir custos e manter um nível de receitas e despesas que garanta o funcionalismo do negócio.

A pesquisa indica que na cidade de Ceará-Mirim, a informalidade representa 48% dos estabelecimentos comerciais, conforme consta na tabela e gráfico 7. Este fato é decorrente, do elevado custo da informalidade, cuja sobrevivência dos estabelecimentos exige que as mesmas funcionem na legalidade, longe da carga tributária; mais sujeita a riscos e penalidades resultantes das fiscalizações dos órgãos de arrecadação e às punições respectivas.

As empresas que se dispuseram a prestar informações sobre a condição legal na junta comercial, observa-se, na tabela e gráfico 7, que 52% dos entrevistados são optante do simples federal; em contra partida apenas, 48% dos entrevistados são empresas informais. Isto mostra que mais da metade das empresas é formalizada e legalizada.

De posse dos resultados acima, observa-se que os empresários das empresas estão procurando formalizar seus empreendimentos, diminuindo o risco de atuações fiscais.

Tabela 07- Opção tributária.

Respostas	Nº de entrevistados	%
Sim	66	52
Não	62	48
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

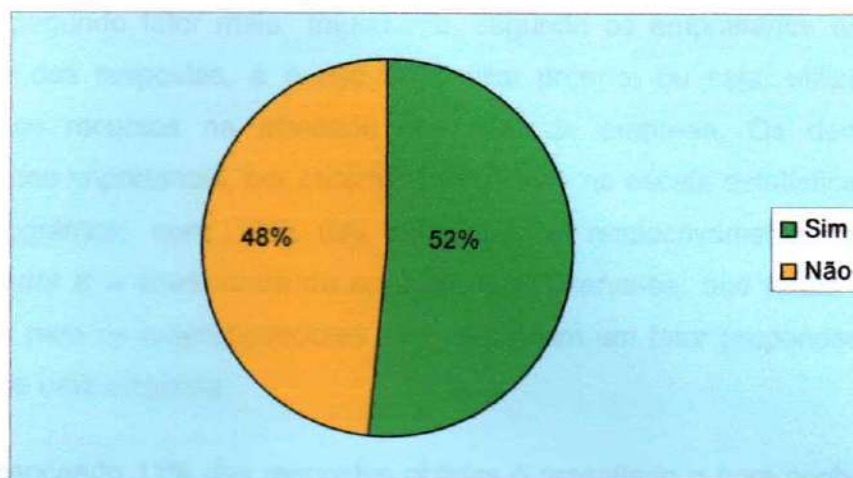


GRÁFICO 7- Opção tributária.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

4.2.3 Principais fatores para o sucesso, segundo proprietários das empresas.

O sucesso de uma empresa expressa o sucesso da localidade onde a mesma está funcionando, pois esse sucesso traduz-se em emprego, renda, circulação de mercadorias e vários outros benefícios para o local da empresa.

A lógica do capitalismo preceitua que o sucesso empresarial é função direta do lucro. Este, por sua vez, depende de cálculos gerenciais, relacionando receita e custos, no contexto dos investimentos e resultados operacionais. Quando o lucro é favorável, sabe-se que o sucesso do empresário está garantido; ao contrário a inexistência de lucro e o prejuízo (lucro negativo), gera uma situação financeira desfavorável e remete diretamente para o insucesso do empresário.

Essa situação está caracterizada na pesquisa sobre os fatores de sucesso das empresas de Ceará-Mirim. De acordo com a tabela e gráfico 8, na visão de 20% dos empresários entrevistados, boa estratégia de vendas é o fator mais importante para o sucesso de uma empresa. Na concepção dos empresários, este fator está relacionado a preço acessível, forma de pagamento, como também em disponibilizar a oferta dos produtos que são procurados pela clientela.

O Segundo fator mais importante, segundo os empresários entrevistados, com 15% das respostas, é o uso de capital próprio; ou seja, utilizar de forma eficiente os recursos na atividade produtiva da empresa. Os demais fatores considerados importantes, por ordem de prioridade na escala estatística, destacam-se os seguintes: com 12% das respostas é respectivamente ter um bom administrador e a criatividade do empresário. Observa-se, que estes fatores, não consistem para os empreendedores de Ceará-Mirim um fator preponderante para o sucesso de uma empresa.

Alcançando 11% das respostas obtidas é ressaltado o bom conhecimento do mercado onde atua, que pode ser compreendido como conhecer a clientela em potencial e quais produtos eles procuram. Os demais indicadores das respostas indicam, ter acesso a novas tecnologias com 8%, aproveitamento das oportunidades de negócio e re-investimento do lucro na própria empresa, apontando 6% das respostas.

Para os empresários, sustenta o crescimento do empreendimento; capacidade de liderança do empresário com 5% das respostas obtidas, fornece as bases de crescimento do empreendimento e com apenas 4% das respostas, capacidade do empresário em assumir riscos, entendido como uma característica própria de qualquer empreendedor que obtém o sucesso no mundo dos negócios.

Os dados acima permitem concluir que a estratégia utilizada pelos empresários da cidade de Ceará-Mirim está resumida em, ter bons preços nos produtos oferecidos com uma baixa margem de lucro, não levando em conta as despesas operacionais.

Tudo isso leva propor ao empresariado, um melhor aprimoramento em programas de capacitação empresarial, considerando especialmente as características do empreendedor e potencial do mercado, com ênfase nas fases de planejamento e desenvolvimento inicial das empresas.

TABELA 08- Fatores mais importantes para o sucesso de uma empresa, segundo os proprietários das empresas.

Respostas	Nº de entrevistados	%
Boa estratégia de vendas	78	20
Aproveitamento das oportunidades de negócio	24	6
Ter um bom administrador	48	12
Bom conhecimento do mercado onde atua	44	11
capacidade de liderança do empresário	19	5
Uso de capital próprio	57	15
Criatividade do empresário	48	12
Capacidade do empresário em assumir riscos	15	4
Re-investimento do lucro na própria empresa	22	6
Ter acesso a novas tecnologias	32	8
total	387	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

OBS: A questão admite respostas múltiplas

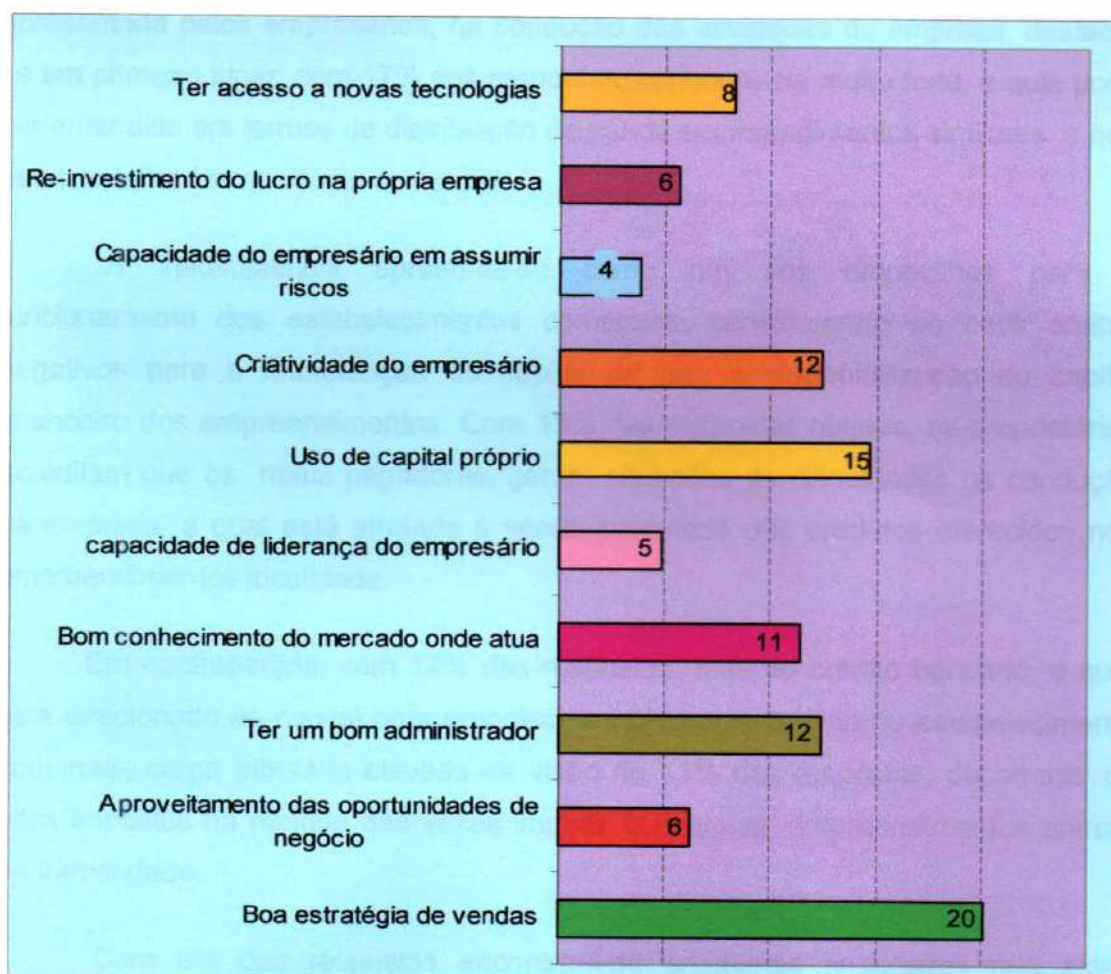


GRÁFICO 8- Fatores importantes para o sucesso de uma empresa, segundo os proprietários das empresas.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

OBS: A questão admite respostas múltiplas.

4.2.4 Principais dificuldades encontrada na condução das atividades da empresa.

Os níveis de competitividade empresarias vêm apresentando, a cada dia, situações diferenciadas de dificuldades, decorrente do processo contínuo de abertura de mercado, principalmente com o avanço tecnológico. Este quadro vem exigindo das empresas, que se destaquem em tecnologia, no sentido de incorporarem ganhos, redução de custos, melhoria na qualidade dos produtos e preços competitivos. Caso contrário, as empresas que não acompanharem, terão dificuldades de sobreviver, e serão obrigadas a saírem do mercado.

De acordo com a tabela e gráfico 9, observa-se que as principais dificuldades apresentada pelos empresários, na condução das atividades da empresa, destaca-se em primeiro lugar, com 17% das respostas, concorrência muito forte, a qual pode ser entendido em termos de distribuição de vários empreendimentos similares e que estão localizados no centro comercial.

A inadimplência apresenta-se como um dos empecilhos para o funcionamento dos estabelecimentos comerciais, considerando os seus efeitos negativos para a manutenção do capital de giro e disponibilização do capital financeiro dos empreendimentos. Com 13% das respostas obtidas, os proprietários acreditam que os maus pagadores, geram situações de dificuldades na condução da empresa, a qual está atrelada à venda parcelada dos produtos oferecidos nos empreendimentos localidade.

Em contrapartida, com 12% das respostas, falta de crédito bancário, o qual está direcionado ao capital para empréstimos para crescimento do estabelecimento comercial; carga tributária elevada na visão de 11% das respostas, decorrente os altos impostos na maioria das vezes impede que alguns empreendimentos entrem na formalidade.

Com 9% das respostas encontram-se problemas financeiros que estão atrelados a falhas gerencias para conduzir o negócio; com 8% das respostas obtidas os proprietários acreditam que local inadequado; falta de capital de giro e de

clientes, são outras das dificuldades encontradas nas atividades das empresas, podendo levar ao insucesso de alguns empreendimentos.

Desconhecimento do mercado, com 5% das respostas, está relacionada falta de experiência no negócio de atuação. Falta de desconhecimento gerencias 4% das respostas obtidas, a qual fica entendido à falta de planejamento na abertura do negócio, levando o empresário a não avaliar, de forma correta os dados importantes para o sucesso no empreendimento; e 3% das respostas referem-se as instalações inadequadas, essa condição representa uma falha, pois indica que o empresário não se preocupou em fazer um estudo de mercado na abertura do negócio.

De acordo com as respostas obtidas, pode-se traçar o perfil das dificuldades encontradas na condução do comércio de Ceará-Mirim, as quais as dificuldades estão fortemente relacionadas, à falta de controles necessários que venham permitir ao empresariado, a tomada de decisões estratégicas e assim, impulsionar em ações que tornem a empresa competitiva.

TABELA 9- Principais dificuldades encontradas na condução das atividades da empresa, segundo as opiniões dos proprietários das empresas.

Respostas	Nº de entrevistados	%
Desconhecimento do mercado	21	5
Falta de crédito bancário	50	12
Falta de clientes	34	8
Problemas Financeiros	40	9
Maus Pagadores	56	13
Falta de capital de giro	34	8
Concorrência muito forte	74	17
Instalações inadequadas	14	3
Ponto/ local inadequado	34	8
Carga tributaria elevada	48	11
Falta de conhecimentos gerencias	18	4
total	423	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

OBS: A questão admite respostas múltiplas

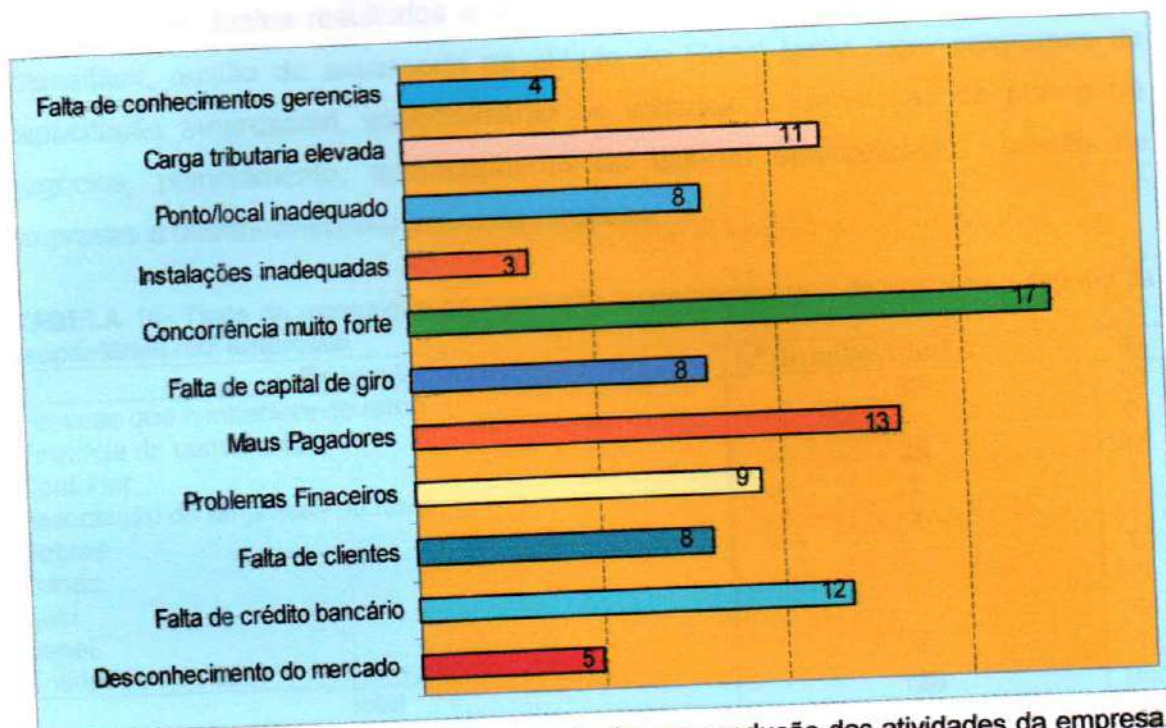


GRÁFICO 9- Principais dificuldades encontradas na condução das atividades da empresa, segundo as opiniões dos proprietários das empresas.
 Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.
 OBS: A questão admite respostas múltiplas.

4.2.5 Quanto a procura de assessoria

Os serviços de assessoria são de grande importância para a condução gerencial de toda e qualquer empresa, considerando a necessidade de orientações técnicas que os proprietários dos estabelecimentos devem ter, principalmente relacionados aos aspectos gerenciais e mercadológicos e que muito influenciam para o enfrentamento de desafios e competitividade do mercado.

A tabela e gráfico 10 permitem visualizar, na questão quanto à procura de assessoria, que a maior parcela das empresas entrevistadas, 70% indicaram pessoas que conheciam do ramo; 27% indicaram contador; 1% para associação de empresas do ramo, Sebrae e entidades da classe e ninguém indicou os serviços de assessoria prestados pelo Senai, Sesi e Senac.

A partir destes resultados é recomendável que o Sebrae deve aprimorar e intensificar, auxílio de assessoria na cidade de Ceará-Mirim, com programas de capacitação empresarial, especialmente os voltados à formulação de planos de negócios, planejamento, aprimoramento do espírito empreendedor, gestão de empresas e desenvolvimento inicial da empresa.

TABELA 10- Tipos de assessoria na condução ou gerenciamento da empresa, segundo os proprietários das empresas.

Respostas	Nº de entrevistados	%
Pessoas que conheciam do ramo	90	70
Empresa de consultoria		0
Contador	35	27
Associação de empresas do ramo	1	1
Sebrae	1	1
Senac		0
Sesi		0
Senai		0
Entidades de classe	1	1
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

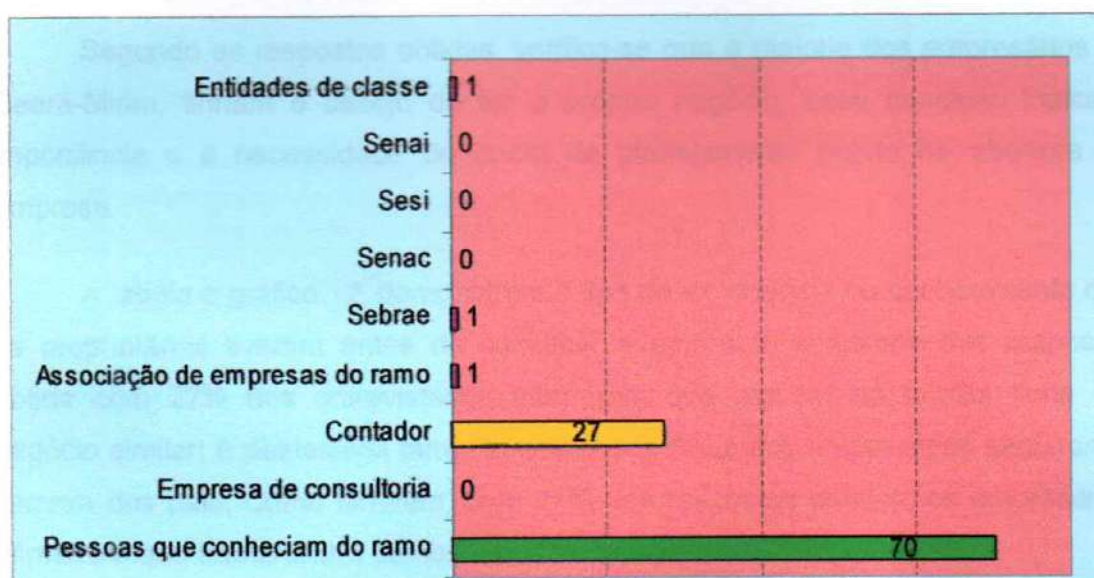


GRÁFICO 10- Tipos de assessoria na condução ou gerenciamento da empresa, segundo os proprietários das empresas.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

4.3 PERFIL DAS EMPRESAS

A pesquisa realizada pelo Sebrae/RN em 2004, confirma que a maioria das empresas instaladas no estado são micros empresas, em termo de faturamento e tamanho; e normalmente são de origem familiar e destinadas ao comércio varejista.

A presente pesquisa confirma que essas características ocorrem na cidade de Ceará-Mirim. De posse dos resultados obtidos nas tabelas e gráficos 11e 12, pode-se traçar o perfil dessas empresas. Os motivos que levaram os empresários a constituírem a empresa tabela e gráfico 12, apontando em primeiro lugar desejo de ter o próprio negócio conforme a afirmam 43% das pessoas entrevistadas; 16% das respostas declaram ter experiência anterior.

Os empresários afirmam que estava insatisfeito com o emprego, levando a constituir uma empresa com 9% das respostas, e também identificaram uma oportunidade de negócio; 8% por influência de outras pessoas; 6% tinham tempo disponível; 5% tinham capital disponível e 3% das respostas estava desempregado.

Segundo as respostas obtidas, verifica-se que a maioria dos empresários de Ceará-Mirim, tinham o desejo de ter o próprio negócio, essa condição indica a importância e a necessidade de apoio de planejamento prévio na abertura da empresa.

A tabela e gráfico 12, demonstram o tipo de experiência ou conhecimento que os proprietários tiveram antes de constituir a empresa, a maioria das respostas obtida com 27% dos entrevistados afirmaram que alguém na família tinha um negócio similar; é destacável também o fato dos filhos dos empresários seguirem a carreira dos pais. Como também, com 27% das respostas obtidas, os empresários afirmaram que trabalhavam como autônomo no ramo.

De acordo com as respostas obtidas 21% dos entrevistados, não provinha de nenhuma experiência ou conhecimento no ramo do negócio, considerando como uma falha para o empresário iniciar um negócio sem nenhum conhecimento prévio do desenvolvimento do negócio.

Com 16% das respostas, os empresários eram funcionários de outra empresa, onde o conhecimento advinha de ser empregado; 8% proprietários de outras empresa, a esse item está atrelado ao sucesso obtido e capacidade empresarial para comandar outro empreendimento; e 2% das respostas gerente de outra empresa; fica entendido neste item, o fato dos gerentes acharem que só o conhecimento gerencial é o suficiente para empreender.

De posse destes resultados, pode-se traçar o perfil das empresas em Ceará-Mirim; baseado nas informações das tabelas e gráfico 11 e 12, pode-se concluir que os empresários não se preocupam em buscar informação e conhecimento necessário, para a implantação do seu negócio, podendo ser uma ameaça para os empresários, não terem um conhecimento aprofundado do referido negócio. As empresas em Ceará-Mirim, provém de empresas familiares, na qual os membros da família dão continuidade no desenvolvimento do referido negócio.

TABELA 11- Motivos para constituir ou participar da sociedade, segundo os proprietários das empresas.

Respostas	Nº de entrevistados	%
desejo de ter o próprio negócio	55	43
tinha tempo disponível	8	6
por influência de outras pessoas	10	8
tinha capital disponível	7	5
tinha experiência anterior	20	16
estava insatisfeito no seu emprego	12	9
estava desempregado	4	3
identificou uma oportunidade de negócio	12	9
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

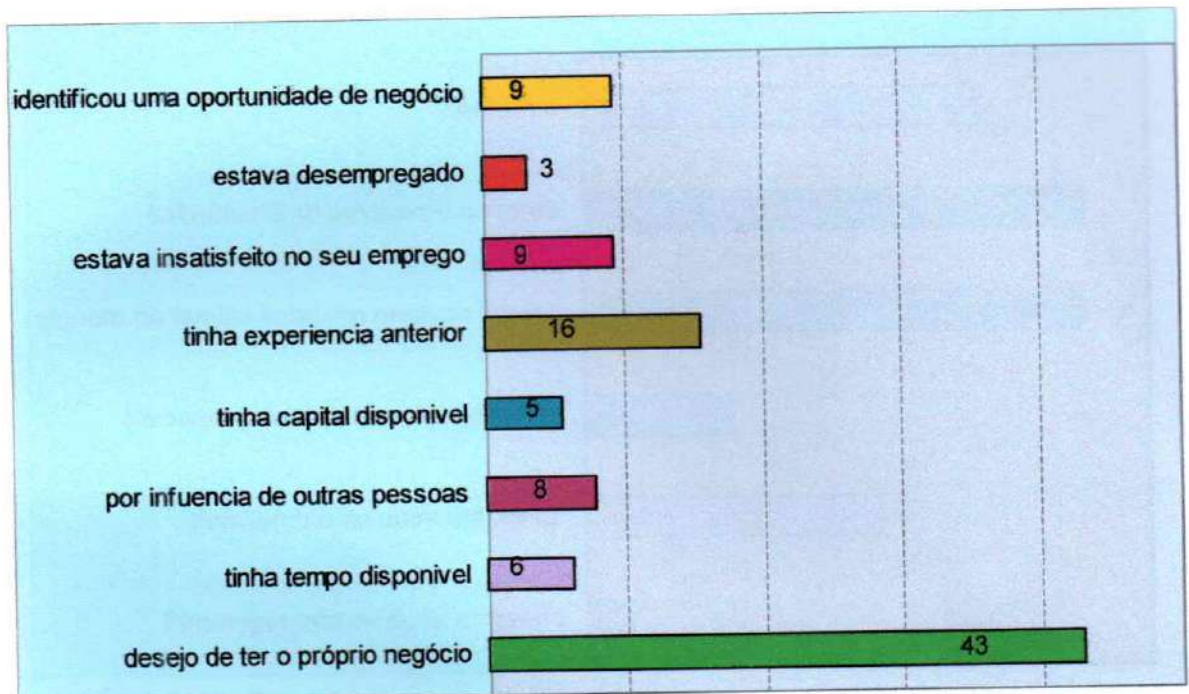


GRÁFICO 11- Motivos para constituir ou participar da sociedade, segundo os proprietários das empresas.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

Tabela 12- Experiência ou conhecimento no ramo de negócio dos proprietários de empresas.

Respostas	Nº de entrevistados	%
Diretor/ gerente de outra empresa	3	2
Funcionário de outra empresa	20	16
Sócio/ proprietário de outra empresa	10	8
alguém na família tinha um negócio similar	34	27
trabalha como autônomo no ramo	34	27
nenhuma	27	21
total	128	100

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005

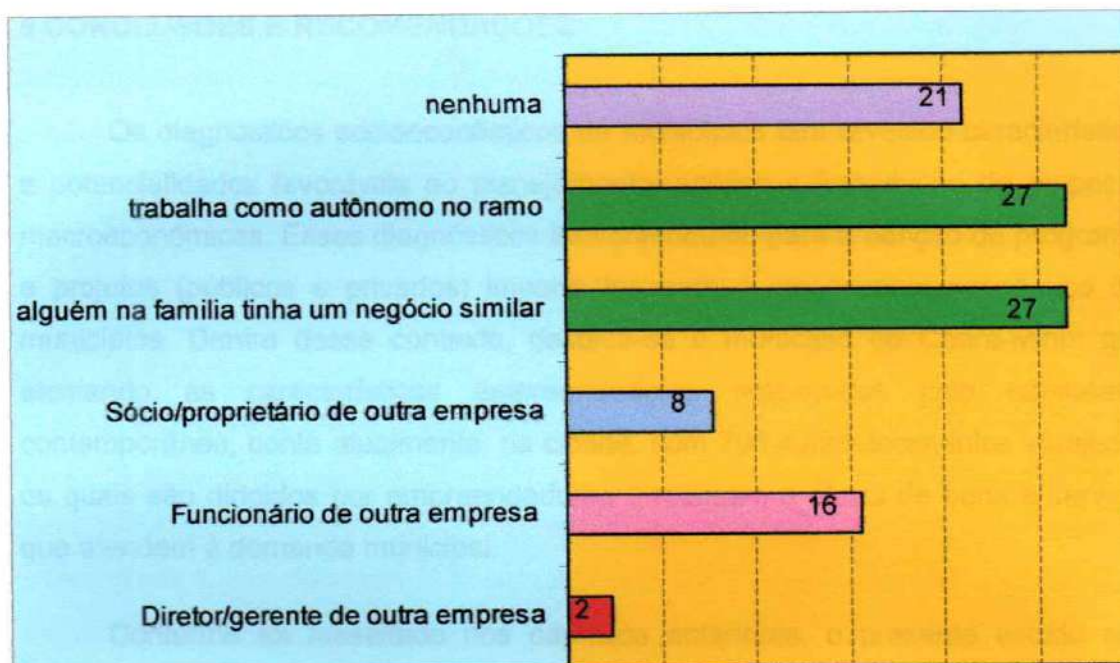


GRÁFICO 12- Experiência ou conhecimento no ramo de negócio dos proprietários de empresas.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/ 2005.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Os diagnósticos socioeconômicos de municípios têm revelado características e potencialidades favoráveis ao planejamento, análise e formulação de propostas macroeconômicas. Esses diagnósticos têm contribuído para a adoção de programas e projetos (públicos e privados) importantes para o crescimento econômico dos municípios. Dentro desse contexto, destaca-se o município de Ceará-Mirim que, atestando as características empreendedoras ressaltadas pelo capitalismo contemporâneo, conta atualmente, na cidade, com 796 estabelecimentos varejistas, os quais são dirigidos por empreendedores e realizam a oferta de bens e serviços que atendem à demanda municipal.

Conforme foi ressaltado nos capítulos anteriores, o presente estudo está apoiado em pesquisa, a qual apurou informações sobre a análise do desempenho do comércio da cidade de Ceará-Mirim. Os dados foram coletados diretamente nas empresas, com uma amostra de 128 estabelecimentos comerciais, o que permitiu elaborar indicadores, cujos resultados são importantes para subsidiar o planejamento do município, com programas de apoio a micros e pequenas empresas locais, as quais são as entidades propulsoras da nossa economia.

Os resultados da pesquisa indicam o surgimento acelerado de empresas na cidade nos últimos anos. Os dados apurados, constatarem os aspectos específicos e essenciais para os empreendimentos locais, destacando-se falhas gerencias, causas econômicas, logísticas operacionais e de políticas públicas.

De acordo com as respostas obtidas pelos empresários, foi possível identificar a falta de planejamento na abertura do negócio, levando em consideração a elaboração de um plano de negócio, fator preponderante para a abertura do empreendimento. Essa falta de planejamento vem fazendo com que os empresários não avaliem, de forma correta, o nível de concorrência, em termos de produtos, preços, qualidades e de mercados, existentes nas proximidades, segundo os pontos e áreas comerciais escolhidos, dentre outros fatores.

A pesquisa identificou os critérios utilizados pelos empresários na condução da abertura da empresa, com destaque para o conhecimento do mercado e do ramo

comercial. Este fato permite recomendar que o Sebrae/ RN deve aprimorar sua presença e participação, no desenvolvimento de empreendimentos na cidade de Ceará-Mirim, através de assessoria para as pequenas e micro empresas da cidade, destacando-se a gestão estratégica, gestão econômica e gestão financeira. Esta atuação poderá resultar em conhecimentos, diretos e indiretos, no desenvolvimento e sustentação das micros e pequenas empresas locais.

Estudando a situação do desempenho do comércio da cidade de Ceará-Mirim, é possível propor ações coordenadas e efetivas de atuação de órgãos, destacando-se o Sebrae e os bancos de fomento, em prol das atividades das empresas, possibilitando o exercício de visões estratégicas, mercado de atuação, recursos necessários na operacionalização do empreendimento, plano de negócios, aspectos tributários, entre outros.

Assim sendo, espera-se que as empresas possam ter a base de conhecimento que as tornem cada vez mais competitivas, contribuindo para o sucesso do mercado. Com este propósito, a pesquisa realizada no comércio da cidade de Ceará-Mirim, no período de março à novembro de 2005, disponibiliza dados importantes para as organizações empresarias, que são um dos segmentos mais importante da economia do estado.

Ressalte-se, por fim, que o fortalecimento das pequenas e micro empresas contribuirão para o crescimento econômico do município, gerando emprego, remunerando a força de trabalho e fazendo circular a produção e a renda na cidade; enfim, contribuindo para o crescimento econômico de todo o município e do estado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, Maria Margarida de; **Introdução á metodologia do trabalho científico**. 3.ed. São Paulo: Altas, 1998.
- ANDERSON, David: Pequenas criativas e lucrativas. **Meu próprio negócio especial guia de franquias**. São Paulo, n. 8, p.6-9, junho 2004.
- BARBOSA, Eduardo C. : Iniciativa Empreendedora. **Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios**. São Paulo, n.108, p.7, n 108, out. 2003.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Makron Books, 1996.
- DORNELAS, José Carlos Assis, **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: campus, 2001.
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: Fundamentos da iniciativa empresarial**. 8.ed. São Paulo: Makron Books, 1989.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 1.ed. São Paulo: Editora cultura, 1999.
- DRUCKER, Peter; TORRES, Ofélia Sette; GARCIA, Luiz Fernando: A receita do sucesso. **Pequenas empresas e grandes negócios empreendedores**; São Paulo, n.02, p.07-08-09, fev. 2004.
- <[http:// www.empreendedor.com.br](http://www.empreendedor.com.br) >; HAKIN, Daniel. **A melhor bússola dos negócios**. Disponível em: 24 de agosto. 2005.
- FREIRE, Andy: A origem de uma empresa de sucesso. **Seu sucesso a revista do empreendedor**. São Paulo, n. 22, p.50, dez. 2004.
- GARCIA, Luiz Fernando: Nem todo empresário é empreendedor. **Pequenas empresas e grandes negócios**. São Paulo, n.198, p.114, julho 2005.
- GARCIA, Luiz Fernando: Apaixonados pelo que fazem. **Empreendedor Inovação e valor aos Negócios**. São Paulo, n.121, p.19, nov. 2004.
- GIANNI, Silvano: Evolução Empreendedora. **Empreendedor Inovação, Gestão e valor aos Negócios**. São Paulo, n. 109, p. 53, nov. 2003.
- GIANNI, Silvano: As chaves do negócio. **Empreendedor Inovação, Gestão e valor aos Negócios**. São Paulo, n. 120, p. 21, out. 2004.

HAKIN, Daniel: Movidos por resultados. Empreendedor Inovação, **Gestão e valor aos Negócios**. São Paulo, n. 122, p. 11, dez. 2004.

<<http://www.idema.org.br>>. Instituto de desenvolvimento econômico (IDEMA). Disponível em: 05 de maio 2005.

LONGENECKER, Justing G; Moore, Carlos W. ; Petty, J. William. **Administração de Pequenas Empresas**. 4.ed. São Paulo: MAKron Books, 1997.

LAKATOS, Eva Maria; **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Altas, 1991.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 5.ed. São Paulo: Altas, 1999.

MIRANDA, Márcio: O pecado da falta de planejamento. **Empreendedor inovação e valor aos Negócios**. São Paulo, n. 109, p.12, nov. 2003.

NETO, Bezamat de Souza: Empreendedor ou Virador. **Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios**. São Paulo, n. 109, p.50, nov. 2003.

OKAMOTTO, Paulo: Vamos fazer uma revolução. **Seu sucesso a revista do empreendedor**. São Paulo, n.25, p.13-14, março 2005.

POLITO, Reinaldo: O mercado de aventuras. **Revista seu sucesso**; São Paulo, n.32, p.54. nov 2005.

RIZZO, Marcus: Comunicação um cuidado que faz a diferença. **Pequenas empresas e grandes negócios; especial guia de franchising**. São Paulo, n. 01, p. 48, abril 2003.

SEBRAE/RN, **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Rio Grande do Norte**. Natal, 2005.

SEBRAE/RN, **Planejando a Abertura do seu Negócio**. Natal, 2004.

<<http://www.sebraern.com.br>>. AQUINO, Carlos Tasso E. de. **Empreendedorismo: O sexto sentido**. Disponível em: nov. 2005.

SZTAMFATER, Tânia; PEPPE, Flávio Serpejante: Os sete pecados capitais do empreendedor. **Pequenas empresas e grandes negócios**. São Paulo, n.185, p.56-20, junho 2004.

TRAJAN, Roberto Adami: Qual o seu mercado?. **Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios**. São Paulo, n. 107, p.16, set. 2003.

TUPINIQUIM, Armando Correa: Empreender está no Dna do Brasileiro. **Empreendedor Inovação e Valor aos Negócios**. São Paulo, n. 106, p.8, agosto 2003.

1. 23 de junho de 2010.

1. 23 de junho de 2010.

2. 23 de junho de 2010.

3. 23 de junho de 2010.

2. O que é isso?

1) Sim

2) Não

APÊNDICE

3. Qual o tipo de experiência que o Sr. tem?

1. 23 de junho de 2010.

2. 23 de junho de 2010.

3. 23 de junho de 2010.

4. 23 de junho de 2010.

5. 23 de junho de 2010.

6. 23 de junho de 2010.

7. 23 de junho de 2010.

8. 23 de junho de 2010.

9. 23 de junho de 2010.

10. 23 de junho de 2010.

11. 23 de junho de 2010.

12. 23 de junho de 2010.

13. 23 de junho de 2010.

14. 23 de junho de 2010.

Pesquisa Socioeconômica das Empresas da cidade de Ceará-Mirim.

1. Número de pessoas ocupadas

- 1-----Sócio gerentes
- 2-----Familiars que trabalham na empresa em tempo integral
- 3-----Empregados com carteira assinada
- 4-----Empregados sem carteira assinada

2. O seu comercio está cadastrado no simples federal?

- 1 () Sim 2 () Não

3. Qual o tipo de experiência que o sr (a), já teve neste ramo de negócio?

- 1 () Diretor/gerente de outra empresa
- 2 () Funcionário de outra empresa
- 3 () Sócio/Proprietário de outra empresa
- 4 () Alguém na família tinha um negócio similar
- 5 () Trabalha com autônomo no ramo
- 6 () Nenhuma

4. Por que resolveu constituir ou participar da sociedade desta empresa?

- 1 () Desejo de ter o próprio negócio 5 () Tinha experiência anterior
- 2 () Tinha tempo disponível 6 () Estava insatisfeito no seu emprego
- 3 () Por influência de outras pessoas 7 () Estava desempregado
- 4 () Tinha capital disponível 8 () Identificou uma oportunidade de negócio

5. Na abertura da empresa com quem o sr (a) procurou assessoria/ auxílio?

- 1 () Pessoas que conheciam o ramo
- 2 () empresa de consultoria
- 3 () contador

- 4 () Associação de empresas do ramo
- 5 () Sebrae
- 6 () Senac
- 7 () Sesi
- 8 () Senai
- 9 () Entidades de classe

6. Indique as principais dificuldades encontradas na condução das atividades da sua empresa. (Cite no máximo 3 dificuldades).

- 1 () Desconhecimento do mercado
- 2 () Falta de crédito bancário
- 3 () Falta de clientes
- 4 () Problemas financeiros
- 5 () Maus pagadores
- 6 () Falta de capital de giro
- 7 () Concorrência muito forte
- 8 () instalações inadequadas
- 9 () Ponto/local inadequado
- 10 () carga tributária elevada
- 11 () Falta de conhecimentos gerencias

7. Dentre os fatores listados a seguir, cite os mais importantes para o sucesso de uma empresa? (Cite no máximo 3 fatores).

- 1 () Boa estratégia de vendas
- 2 () Aproveitamento das oportunidades de negócio
- 3 () Ter um bom administrador
- 4 () Bom conhecimento de mercado onde atua
- 5 () capacidade de liderança do empresário
- 6 () uso de capital próprio
- 7 () Criatividade do empresário
- 8 () Capacidade do empresário em assumir riscos

9 () re-investimentos do lucro na própria empresa

10 () Ter acesso a novas tecnologias

8. Sexo

1 () Masculino 2 () Feminino

9. Faixa etária

1 () 18 a 22

2 () 23 a 27

3 () 28 a 32

4 () 33 a 37

5 () 38 a 42

6 () 43 a 47

7 () acima de 47

10. Escolaridade

1 () Fundamental incompleto 3 () Médio incompleto 5 () Superior
incompleto

2 () Fundamental completo 4 () Médio completo 6 () Superior completo

11. Estado civil

1 () Solteiro

2 () Casado

3 () Separado

4 () Divorciado

5 () Viúvo

12. Renda mensal familiar (em salários mínimos).

() Menos de 3 s.m

() 3 a 5

() 6 a 8

() 9 a 11