

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**KALYNNE CRISTINA DINIZ SERRA**

**PERFIL SOCIOECONÔMICO DO EMPREENDEDOR LUDOVICENSE E  
OPORTUNIDADES DE MERCADO: um levantamento nos bairros do João Paulo,  
Centro-histórico e Anjo da Guarda**

São Luís

2021

**KALYNNE CRISTINA DINIZ SERRA**

**PERFIL SOCIOECONÔMICO DO EMPREENDEDOR LUDOVICENSE E  
OPORTUNIDADES DE MERCADO: um levantamento nos bairros do João Paulo,  
Centro-histórico e Anjo da Guarda**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,  
apresentado como requisito para obtenção do título de  
Bacharel em Administração da Universidade Federal do  
Maranhão - UFMA.

Orientador: Me. Amanda Ferreira Aboud de Andrade

São Luís

2021

Serra, Kalyne Cristina Diniz.

Perfil socioeconômico do empreendedor ludovicense e oportunidades de mercado: um levantamento nos bairros do João Paulo, Centro-histórico e Anjo da Guarda / Kalyne Cristina Diniz Serra. – 2021.

22 f.

Orientadora: Amanda Ferreira Aboud de Andrade.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação, Artigo) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021.

1. Empreendedorismo. 2. São Luís. 3. Perfil do Empreendedor. 4. Oportunidades de mercado. I. Andrade, Amanda Ferreira Aboud de. II. Título.

**KALYNNE CRISTINA DINIZ SERRA**

**PERFIL SOCIOECONÔMICO DO EMPREENDEDOR LUDOVICENSE E  
OPORTUNIDADES DE MERCADO: um levantamento nos bairros do João Paulo,  
Centro-histórico e Anjo da Guarda**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,  
apresentado como requisito para obtenção do título de  
Bacharel em Administração da Universidade Federal do  
Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 15 /09/2021.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. Amanda Ferreira Aboud de Andrade (orientadora)

Me. em Administração

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Aline Alvares Melo

Dr. em Administração

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Ademir da Rosa Martins

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

À minha família por ser a minha fortaleza, sem  
vocês eu não seria capaz. Eu amo vocês.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus por todas as oportunidades que foram e serão me dadas. Aos meus pais, Célia e Ribamar, por serem meus maiores incentivadores e fãs número um.

A minha excepcional professora orientadora Amanda Aboud por me guiar na realização desse artigo realizado pelo Gep<sup>2</sup> e pelo seu grande esforço de fomento à pesquisa na comunidade acadêmica de Administração da UFMA.

A minha querida amiga Mayara Lina por ser minha parceira de estudos, por sempre me ter ajudado em momentos difíceis e quem me apresentou o Gep<sup>2</sup>.

E por fim, aos meus padrinhos Marilene e Edwar por tonar tudo possível.

“De uma ideia, surgiu uma inovação, e desta,  
uma empresa”

Dornelas, 2008

## RESUMO

Pesquisas no campo do empreendedorismo, evidenciam os impactos que essa atividade tem sob a economia brasileira. O presente artigo busca entender o perfil do empreendedor dos bairros do João Paulo, Centro Histórico e Anjo da Guarda, localizados na cidade de São Luís. Foi utilizado a pesquisa descritiva como viés para entender o perfil de cada localidade, sob uma óptica de abordagem quantitativa. Utilizou-se aplicação de questionário com 35 perguntas, no qual foi realizado um recorte específico como base. Os resultados sugerem que as características do perfil, quanto a sexo, idade e escolaridade são variados, porém nota-se o crescente protagonismo feminino e à relevância do empreendedor na subsistência familiar, além de identificar oportunidades de negócios que esses empreendedores podem adotar para impactar a expansão de seus empreendimentos, e aumentar sua visibilidade perante o mercado.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. São Luís. Perfil do Empreendedor. Oportunidades de mercado.

## **ABSTRACT**

Research in the field of entrepreneurship, evidence the impacts that this activity has on the Brazilian economy. This article seeks to understand the profile of the entrepreneur in the neighborhoods of João Paulo, Centro Histórico and Anjo da Guarda, located in the city of São Luís. It was used in a descriptive research as a bias to understand the profile of each location, from an approach perspective quantitative. Use the 35-question quiz app, where a specific feature was taken as a basis. The results suggested as characteristics of the profile, regarding gender, age and education are varied, but it is noted the growing female protagonism and the relevance of the family entrepreneur, in addition to identifying the business opportunities that these entrepreneurs can adopt to impact the expansion of their ventures and increase their visibility in the market.

**Keywords:** Entrepreneurship. São Luís. Profile of the Entrepreneur. Market opportunities.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Empreendedores com outra fonte de renda .....	16
Gráfico 2 – Principal razão para abrirem um negócio na região .....	17

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Perfil dos empreendedores segundo os bairros e características sociodemográficas. .....	16
Tabela 2 – Costume do empreendedor locais em pensar no futuro e registrar suas ideias .....	18
Tabela 3 – Característica do empreendimento segundo a classificação, registro, lucro anual e segmento do negócio. ....	19
Tabela 4 – Avaliação e satisfação do negócio segundo os proprietários, controle financeiro e relacionamento com cliente .....	20

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>EMPREENDEDORISMO .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1</b>	<b>Características do empreendedor .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2</b>	<b>Empreendedor no Brasil .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3</b>	<b>Oportunidades de mercado.....</b>	<b>14</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>21</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>21</b>

## PERFIL SOCIOECONÔMICO DO EMPREENDEDOR LUDOVICENSE E OPORTUNIDADES DE MERCADO: um levantamento nos bairros do João Paulo, Centro-histórico e Anjo da Guarda \*

Kalyne Cristina Diniz Serra †  
Amanda F. Aboud de Andrade ‡

**Resumo:** Pesquisas no campo do empreendedorismo, evidenciam os impactos que essa atividade tem sob a economia brasileira. O presente artigo busca entender o perfil do empreendedor dos bairros do João Paulo, Centro Histórico e Anjo da Guarda, localizados na cidade de São Luís. Foi utilizado a pesquisa descritiva como viés para entender o perfil de cada localidade, sob uma óptica de abordagem quantitativa. Utilizou-se aplicação de questionário com 35 perguntas, no qual foi realizado um recorte específico como base. Os resultados sugerem que as características do perfil, quanto a sexo, idade e escolaridade são variados, porém nota-se o crescente protagonismo feminino e à relevância do empreendedor na subsistência familiar, além de identificar oportunidades de negócios que esses empreendedores podem adotar para impactar a expansão de seus empreendimentos, e aumentar sua visibilidade perante o mercado.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. São Luís. Perfil do Empreendedor. Oportunidades de mercado.

**Abstract:** Research in the field of entrepreneurship, evidence the impacts that this activity has on the Brazilian economy. This article seeks to understand the profile of the entrepreneur in the neighborhoods of João Paulo, Centro Histórico and Anjo da Guarda, located in the city of São Luís. It was used in a descriptive research as a bias to understand the profile of each location, from an approach perspective quantitative. Use the 35-question quiz app, where a specific feature was taken as a basis. The results suggested as characteristics of the profile, regarding gender, age and education are varied, but it is noted the growing female protagonism and the relevance of the family entrepreneur, in addition to identifying the business opportunities that these entrepreneurs can adopt to impact the expansion of their ventures and increase their visibility in the market.

**Keywords:** Entrepreneurship. São Luís. Profile of the Entrepreneur. Market opportunities.

### 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma atividade que move a sociedade e é um dos pilares para a sustentação da economia brasileira, conforme os relatórios da Global *Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), a taxa de empreendedorismo potencial, em 2019, foi de 30,2%, isso expressa que potencialmente, se a expectativa continuar a mesma, três em cada dez brasileiros, pretenderá empreender nos próximos anos.

A atividade empreendedora tem impacto na geração de empregos. Considerando uma boa parte dos empreendedores brasileiros (31,6%) que geraram pelo menos um emprego, eles foram responsáveis pela criação de aproximadamente 36 milhões de postos de trabalho, sejam formalizados ou não (GEM, 2019).

Esses dados denotam o quão relevante é a atividade empreendedora para potencializar o crescimento econômico, uma vez que traz inovação para o mercado e estimula a competitividade. A criação de novas empresas, em muitos países, é vista como um fator importante para o desenho de estratégias de recuperação e crescimento econômico (BIRLEY, 1989).

Um exemplo desse protagonismo empreendedor é São Luís, Dados da Junta Comercial do Maranhão (Jucema) revelam que a abertura de empresas em 2019 deu um salto de 39,16% em relação a 2018. Visto isso, busca-se compreender o perfil do empreendedor de alguns bairros da cidade e apontar algumas oportunidades no mercado em que se encontram.

---

\* Artigo apresentado no 31º ENANGRAD – Encontro Nacional de Cursos de Graduação em Administração, realizado entre os dias 02 e 07 de dezembro de 2020, em evento online.

† Aluna do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 15/09/2021, na cidade de São Luís/MA. Contato: kalyne.serra@discente.ufma.br;

‡ Professora Orientadora. Dr. em Administração. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Contato: amanda.aboud@ufma.br

Esta pesquisa tem uma relevância econômica e social, uma vez que busca entender o perfil do empreendedor de pequeno porte de São Luís, que está distribuído em três grandes bairros detentores de centros comerciais de intenso fluxo e diversidade. O levantamento foi feito na região do João Paulo, Centro Histórico e Anjo da Guarda. Assim, pergunta-se: Quais as características e perfil do empreendedor e que oportunidades podem ser enxergadas?

Percebendo a importância que tem o comércio nessas áreas, que são popularmente conhecidas na cidade, buscou-se estabelecer uma aproximação com essa realidade. Logo, foi proposto como objetivo geral entender o perfil do empreendedor desses pequenos negócios locais, e especificadamente traçar o perfil dos empreendedores de cada localidade em relação ao: sexo, escolaridade, faixa etária e estado civil, mostrar qual a relevância que tem o empreendedorismo na renda familiar, compreender o que motivou a abertura do negócio e a visão que os empreendedores têm em relação ao futuro de suas empresas e identificar meios e oportunidades de negócios.

A metodologia utilizada, quanto aos fins, é a pesquisa descritiva. Segundo Vergara (2000, p.47), a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define seu fenômeno. A abordagem utilizada foi quantitativa, pois foram analisados dados provenientes da aplicação de questionário nessas localidades, para fins de compreensão do perfil.

## 2 EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedor tem origem no francês antigo - *entreprenuer* - significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Nesse sentido, essa definição não relaciona o empreendedor com negócio, sendo a primeira vez utilizada para Marco Polo que na tentativa de criar uma rota para o oriente era visto como um grande desbravador (DORNELAS, 2008). Assim, “enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia um papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais” (DORNELAS, 2008). Tendo em vista as diversas variações na definição do empreendedorismo, é necessário um resgate histórico sobre o assunto,

Durante muito tempo a figura do empreendedor foi esquecida, tendo ganhado visibilidade com a publicação do livro “Capitalismo, socialismo e democracia” do economista austríaco Joseph Alois Schumpeter. Nesse livro, Schumpeter define o empreendedor como o grande responsável pelo desenvolvimento econômico, através de um processo chamado “destruição criativa” que consiste na obtenção de novos produtos ou métodos de produção a partir da destruição do anterior (SCHUMPETER, 1961).

Já no âmbito da administração foi o austríaco Peter Drucker responsável por relacionar o estudo sobre empreendedorismo com a gestão de uma empresa. Na visão do autor a figura do empreendedor era uma peça-chave para o bom funcionamento de uma organização, segundo ele “Central à empresa é... o ato empreendedor, um ato de aceitação de risco econômico. E a empresa é uma instituição empreendedora” (DRUCKER, 1970 apud MINTZBERG, 2010)

Em suma, percebe-se que a visão sobre o empreendedorismo foi mudando ao longo do tempo até chegar a versão propagada atualmente. Em que empreendedor é aquele que não só vê uma oportunidade e tenta usá-la da melhor forma possível, montando um negócio ou criando um produto inovador que mudará o mercado, mas também pode ser “uma pessoa que cria ou está criando qualquer tipo de empreendimento, mesmo aqueles mais simples, gerados pela necessidade de subsistência” (GEM, 2018).

## 2.1 Características do empreendedor

Após uma breve análise sobre o histórico do estudo sobre o empreendedorismo, torna-se importante comentar a respeito das principais características de um empreendedor. Nesse sentido, tendo como base a expectativa de vida de uma empresa é de no mínimo 2 anos, percebe-se que existem algumas características comportamentais - intrínsecas ao empreendedor - que podem influenciar na comprovação desse dado ou no aumento da expectativa de vida do negócio (SEBRAE, 2017).

O principal autor a abordar esse tema é o psicólogo estadunidense David McClelland. Para ele, “o indivíduo empreendedor possui três conjuntos de necessidades motivadoras – realização, afiliação/planejamento e poder –, que independem de gênero, idade ou cultura” (MCCLELLAND, 1961). A primeira necessidade é caracterizada como a primordial, sendo aquela que mostra a aceitação do indivíduo perante suas habilidades. Já a segunda modalidade trata-se do desejo de criar e manter laços emocionais com pessoas; “resultando da capacidade de planejamento para soluções de dificuldades a partir de tais relações”. (MCCLELLAND, 1961). Por fim, as necessidades de poder referem-se à capacidade do indivíduo de exercer influências sobre outros.

Busca de oportunidade e iniciativa; Persistência e Comprometimento são características comportamentais que se enquadram no primeiro tipo de necessidade, a de realização. Em um primeiro momento, a busca de oportunidade e iniciativa refere-se à capacidade do indivíduo de se preparar a possíveis acontecimentos e criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços, com essa característica o empreendedor “age com proatividade, antecipando-se às situações; busca a possibilidade de expandir seus negócios” (SEBRAE,2017). A segunda característica representa a capacidade do indivíduo de continuar o negócio diante intempéries no caminho, com essa capacidade o empreendedor desenvolve o princípio da resiliência. Por último, o comprometimento trata-se de uma competência que “envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes” (SEBRAE,2017)

Quanto à segunda necessidade de motivação - a de planejamento -, encontra-se as competências: busca de informação; estabelecimento de metas e planejamento e monitoramento sistemático. A primeira competência refere-se à renovação constante de informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio, possuindo tal característica o empreendedor conseguirá envolver fisicamente na avaliação do seu mercado. Enquanto, a segunda envolve a capacidade em saber estabelecer objetivos que sejam claros para a empresa, tanto em longo como em curto prazo, dessa forma o indivíduo consegue criar objetivos reais, com indicadores de resultado. Por fim, o planejamento e monitoramento sistemático, aqui o indivíduo consegue traçar um planejamento através de dados obtidos anteriormente ao longo do tempo de existência da empresa.

Por conseguinte, a última parte das características comportamentais do empreendedor referem-se as necessidades de poder. Nesse sentido, o autor elenca duas competências às tais necessidades: persuasão e redes de contato; e independência e autoconfiança.

## 2.2 Empreendedor no Brasil

O projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) realiza em diversos países relatórios anuais que destacam as características dos empreendedores de cada nação participante. O Brasil entrou no GEM em 2000 e, desde então, tem o perfil de seus empreendedores analisados, colaboram para o melhor entendimento do Empreendedorismo no Brasil. No relatório feito em 2019, destacou que, em cada dez brasileiros que estão inclusos na população adulta (compreende os indivíduos com idade entre 18 e 64 anos), três pretendem empreender nos próximos anos.

Além disso, existe uma classificação que envolve os empreendedores iniciais que são empreendedores por oportunidade e empreendedores por necessidade. Este compreende os indivíduos que criam seu negócio diante da falta de outras possibilidades de gerar renda e ocupação, enquanto aquele refere-se aos indivíduos que justificam a criação do seu negócio a partir da identificação de oportunidade viável.

Quanto ao perfil sociodemográfico, os empreendedores iniciais encontram-se na faixa etária de 18 a 34 anos, enquanto a maioria dos empreendedores estabelecidos têm entre 45 a 54 anos. No que diz respeito ao nível de escolaridade, a maior parte dos empreendedores do Brasil possuem ensino médio completo, enquanto a menor parte possui ensino superior completo. O setor de atividade predominante no Brasil é o de serviços orientados para o consumidor (GEM, 2019).

### **2.3 Oportunidades de mercado**

Sun Tzu (2015) afirma que os valorosos lutadores de antigamente primeiro se punham em posição de não poder ser derrotados e só aí esperavam uma oportunidade para vencer o inimigo. Ou seja, é necessário primeiramente que o empreendedor analise o mercado em que se encontra para poder tomar iniciativas de melhoria e crescimento de negócio da melhor.

Sun Tzu (2015) afirma que aquele que antecipa sua chegada ao campo de batalha e lá espera pela chegada do inimigo estará descansado para a luta; no entanto, aquele que chega atrasado ao campo de batalha terá de correr para se preparar e ficará exausto, nesse sentido o empreendedor tem que desenvolver uma visão holística, que lhe permitirá enxergar gargalos no mercado antes dos concorrentes.

A junção das situações favoráveis quando unidos a lacunas, convergem para oportunidades. Portanto estas podem ser observadas em qualquer situação, por exemplo: alto custo operacional, no mau atendimento, na baixa qualidade de produtos ou serviços, nos desejos e necessidades não satisfeitas, nas tendências e muitos mais, que culminam na vantagem competitiva (Bastos, 2011 e Porter, 2005).

Logo, as oportunidades existentes dependem de algumas modificações a fim de atingir crescimento dos empreendimentos e satisfação dos clientes. Visto que os o empreendedor almeja a saúde de seu negócio e isso só vai ocorrer caso este antiga a necessidade do cliente, que possivelmente poderá vir a indicá-lo a um amigo e disseminar o nome do empreendimento para outros. A estratégia bem estruturada entra como grande aliada para materializar o pensamento, assim como ter um empreendedor com percepção panorâmica de análise no ambiente que atua.

## **3 METODOLOGIA**

Foi utilizado uma pesquisa descritiva que tem por finalidade entender o perfil dos empreendedores do João Paulo, Centro Histórico e Anjo da Guarda. Segundo Gil (1999), as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Como ponto de partida foi utilizado uma população específica de pequenos comerciantes situados nesses três bairros amostrais da capital São Luís, para fins de análise de perfil e perspectivas quanto ao futuro.

A abordagem é quantitativa, pois usou-se dados primários, técnicas estatísticas e análise dos resultados obtidos, para uma compreensão mais assertiva. A coleta de dados apresentou-se em forma de questionário aplicado pelo Grupo de Pesquisa em Planejamento de Gestão de Pessoas (GEP), durante três ciclos de pesquisa que ocorreram nos Bairros do João Paulo (2016),

Centro Histórico (2017) e Anjo da Guarda (2018), onde, as 143 respostas foram coletadas em campo.

O questionário possui 35 perguntas objetivas, construídas a partir do grupo de estudos em planejamento e gestão de pessoas da UFMA, que buscam compreender o perfil do empreendedor, renda, satisfação, relações com funcionários, formalização, análise de ambiente, dentre outras questões. Para esse estudo foi feito um recorte de dezesseis questões a fim de fazer uma análise comparativa com o perfil do empreendedor nos relatórios do GEM. Os dados foram analisados e apresentados com estatística descritiva e proposta de solução de problemas.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Com base nos resultados obtidos nas pesquisas realizadas nas três localidades, pôde-se traçar um perfil padrão dos empreendedores de cada região, os quais notam-se semelhanças e diferenças entre si. Os dados das três regiões podem ser vistos na Tabela 1.

A começar pelos empreendedores situados na região do João Paulo, foi verificado que apenas 12,33% possuíam ensino superior e a maioria o ensino médio completo (64,38%), onde a maioria eram do sexo feminino (53,33%), casados (63,51%) e com faixa etária entre 46 a 55 anos (34,67%), valendo ressaltar que a segunda colocação (idades entre 36 a 45 anos) obteve 33,33% da quantidade total.

No Anjo da guarda, evidenciou-se que 23,07% possuíam ensino superior, sendo a maioria com apenas o ensino médio completo (58,97%), casados (48,72%) e com faixa etária majoritária entre 26 a 35 anos (25,81%), ressaltando também a proximidade com a segunda faixa etária mais observada (de 36 a 45 anos) com 22,58%. Realidade que se aproxima com a observada nos empreendedores do João Paulo, dos quesitos observados até agora, há a prevalência de empreendedores do sexo feminino (66,67%).

O Centro Histórico também apresenta realidade próxima aos demais, ao ser observado que apenas 13,79% dos empreendedores possuem escolaridade de nível superior e a maioria possui o ensino médio completo (62,07%), são do sexo masculino (55,17%) e assimetricamente as outras localidades, seus empreendedores são de maioria solteiros (44,83%) e de faixa etária entre 46 e 55 anos (34,48%) com segunda colocação etária empreendedores acima de 56 anos (31,03%). O que mostra certa tendência de empreendedores mais experientes nesta região.

Em comparação com a GEM (2018) é possível perceber que a média nacional nos quesitos idade (25,5% têm idade entre 34 a 44 anos) e escolaridade (49,9% possuem apenas o ensino médio) se aproximam da média geral encontrada nas localidades analisadas, pois observa-se que 28% têm idade entre 36 a 45 anos e 62% possuem o ensino médio completo. Já no quesito gênero, a média nacional apontou ligeira predominância masculina (51,3%), enquanto a média nas localidades analisadas apontaram que 55% são do gênero feminino.

Tabela 1 – Perfil dos empreendedores segundo os bairros e características sociodemográficas.

	João Paulo		Centro Histórico		Anjo da Guarda		Totais	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Masculino	35	46,67%	16	55,17%	13	33,33%	64	45%
Feminino	40	53,33%	13	44,83%	26	66,67%	79	55%
<b>Totais</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>
Abaixo de 25 anos	3	4%	1	3,45%	6	19,39%	10	7%
De 26 a 35 anos	10	13,33%	3	10,34%	8	25,81%	21	16%
De 36 a 45 anos	25	33,33%	6	20,69%	7	22,58%	38	28%
De 46 a 55 anos	26	34,67%	10	34,48%	5	16,13%	41	30%
Acima de 56 anos	11	14,67%	9	31,03%	5	16,13%	25	19%
<b>Totais</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>135</b>	<b>100%</b>
Ensino fundamental	3	4,11%	1	3,45%	2	5,13%	6	4%
Ensino médio	47	64,38%	18	62,07%	23	58,97%	88	62%
Ensino médio incompleto	6	8,22%	3	10,34%	3	7,69%	12	8%
Ensino superior	9	12,33%	3	10,34%	9	23,07%	21	15%
Ensino superior incompleto	5	6,85%	4	13,79%	2	5,13%	11	8%
Pós-graduação	2	2,74%	0	0%	0	0%	2	1%
Outro	3	1,37%	0	0%	0	0%	3	2%
<b>Totais</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>
Casado	47	63,51%	11	37,97%	19	48,72%	77	53,84%
Solteiro	22	27,73%	13	44,83%	16	41,03%	51	35,66%
Divorciado	3	4,05%	5	17,24%	1	2,56%	9	6,20%
União estável	1	1,35%	0	0%	2	5,12%	3	2,09%
Viúvo	1	1,35%	0	0%	1	2,56%	2	1,39%
<b>Totais</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Fonte: Autor (2020). Dados da pesquisa.

Nas três regiões observadas, em sua maioria, os empreendedores não possuíam outra fonte de renda (Centro Histórico 82,76%, João Paulo 67,92% e Anjo da guarda 69,23%) – Gráfico 1. Esses dados são importantes para entender a essencialidade do negócio para o sustento do pequeno empreendedor e de certa forma identificar a fonte de experiência ou de recursos para abrir o empreendimento, suas motivações podem ser entendidas na questão seguinte.

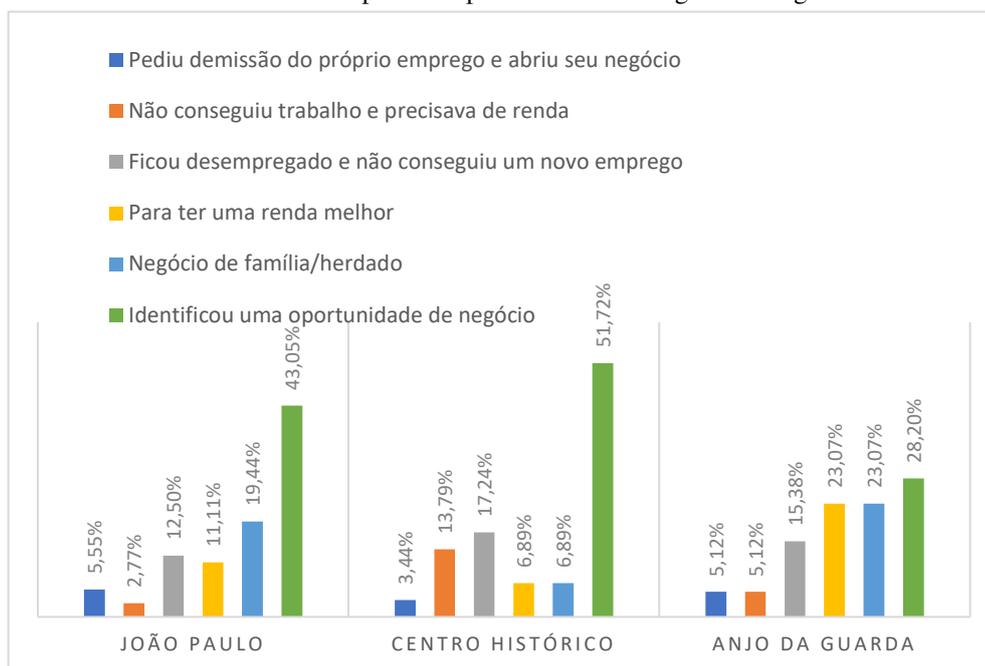
Gráfico 1 – Empreendedores com outra fonte de renda



Fonte: Autor (2020). Dados da pesquisa.

Para 51,72% dos empreendedores do Centro Histórico e 43,06% do João Paulo, ter identificado uma oportunidade de negócio foi a principal razão para iniciarem seus empreendimentos na região e apesar de 28,21% (maior concentração) dos empreendedores do Anjo da Guarda também compartilharem da mesma causa, 23,07% afirmaram ter herdado o empreendimento, mostrando que dar continuidade aos empreendimentos da família também é um forte impulsionador na formação dos empreendedores dessa região. O Gráfico 2 permite entender se o negócio tem motivação de oportunidade ou necessidade, de acordo com a GEM (2018). Assim, as opções 1, 4 e 6 são consideradas por oportunidade e representam 59,28% da média geral, enquanto as opções 2, 3 e 5 por necessidade, representam 40,71% da média geral.

Gráfico 2 – Principal razão para abrirem um negócio na região



Fonte: Autor (2020). Dados da pesquisa.

Quando questionados se costumavam pensar no futuro de suas empresas e se registravam suas ideias, 35,9% dos empreendedores do Anjo da Guarda, 51,72% do Centro Histórico e 36,49% do João Paulo afirmaram que sim, as vezes pensavam no futuro da empresa, mas não mantinham registros de suas ideias – Tabela 2. Isso indica que, apesar almejarem aplicar modificações e ou atualizações em seus empreendimentos, não é uma prioridade.

Tabela 2 – Costume do empreendedor locais em pensar no futuro e registrar suas ideias

Costumar pensar no futuro da empresa e registrar suas ideias?	João Paulo		Centro Histórico		Anjo da Guarda		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Às vezes penso, mas não escrevo sobre.	27	36,49%	14	35,90%	15	51,72%	56	39,44%
Tento imaginar de acordo com o planejamento pré-definido	20	27,03%	0	0,00%	4	13,79%	24	16,90%
Não consigo imaginar ao certo. Costumo pensar mais no tempo presente.	15	20,27%	5	12,82%	5	17,24%	25	17,61%
Tenho um instrumento formal de planejamento estratégico com metas e objetivos traçados.	9	12,16%	8	20,51%	3	10,34%	20	14,08%
Não penso sobre isso, considero uma atividade passageira.	3	4,05%	2	5,13%	2	6,90%	7	4,93%
Registro as ideias e objetivos, mas nem sempre sigo.	0	0,00%	5	12,82%	0	0,00%	5	3,52%
Organizo as ideias e analiso previamente, coloco algumas coisas em prática, mas não registro formalmente.	0	0,00%	5	12,82%	0	0,00%	5	3,52%
<b>TOTAIS</b>	<b>74</b>	<b>100,00%</b>	<b>39</b>	<b>100,00%</b>	<b>29</b>	<b>100,00%</b>	<b>142</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Autor (2020). Dados da pesquisa.

A Tabela 2 também traz os poucos empreendedores que afirmam ter alguns instrumentos formais de planejamento, 14,08%, mostrando que há um longo caminho para desenvolver as competências dos gestores. Tal afirmação era prevista pelas descobertas do autor David McClelland, quando afirma que dentre os dois grandes grupos, um, é uma minoria (empreendedora) que tem como uma das suas principais necessidades de motivação o “planejamento”, que surge pela união das competências de busca por informação, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático (MCCLELLAND, 1961).

As regiões do Anjo da Guarda e João Paulo, são conhecidas pela grande relevância comercial popular na cidade de São Luís, em contrapartida, o Centro Histórico é reconhecido por ser uma área turística, encontrando nesse setor sua atividade econômica, logo estas estão sofrendo e possivelmente sofrerão as graves consequências do isolamento social causada pela Covid-19. Como oportunidade para suavizar esse impacto econômico e financeiro, os empreendedores poderão aderir a uma linha de crédito concedida pelo Senado que prevê concessão de até 30% da receita bruta anual em 2019, para microempresas e EPP (SENADO FEDERAL, 2020).

No bairro do Anjo da Guarda, beneficiaria 59% das empresas, ou seja, 23 empreendimentos. Já no Centro Histórico 37,9%, isto é, um total de 11 e no João Paulo, 56%, ou seja, benefícios a um total de 42 empreendedores – Tabela 3. Às pequenas e médias empresas também poderão pedir linha de crédito para pagar o salário de seus funcionários, por um período de 2 meses. Já quanto aos MEI, que somam um total de 42 empreendedores no total dos três bairros, até o momento, serão cadastrados para receber o auxílio emergencial de R\$ 600.

Tabela 3 – Característica do empreendimento segundo a classificação, registro, lucro anual e segmento do negócio.

		Anjo da guarda		Centro Histórico		João Paulo	
		N°	%	N°	%	N°	%
Classificação da empresa	Desconheço	6	15,40%	10	34,50%	9	12,00%
	EPP (empresa de pequeno porte)	3	7,70%	6	20,70%	6	8,00%
	ME (microempresa)	20	51,30%	5	17,20%	36	48,00%
	MEI (microempreendedor individual)	10	25,60%	8	27,60%	24	32,00%
	Total Geral	39	100%	29	100%	75	100,00%
Empresa possui CNPJ	Sim	30	76,90%	20	69,00%	62	82,70%
	Não	9	23,10%	9	31,00%	13	17,30%
	Total Geral	39	100,00%	29	100,00%	75	100,00%
Faturamento anual da empresa	Não soube dizer	0	0,00%	5	17,20%	2	2,70%
	Até 60mil (5mil mês)	20	51,30%	17	58,60%	23	30,70%
	De 60mil até 180 mil (de 5mil até 15mil mês)	12	30,80%	3	10,30%	25	33,30%
	De 180mil até 360mil (de 15mil até 30mil mês)	4	10,30%	1	3,40%	13	17,30%
	De 360mil até 3,6milhões (de 30mil até 300mil mês)	3	7,70%	3	10,30%	11	14,70%
	Acima de 3,6milhões (acima de 300mil mês)	0	0,00%	0	0,00%	1	1,30%
Total Geral	39	100,00%	29	100,00%	75	100,00%	
Atividade/Negócio da empresa*	Armarinho	4	10,30%	0	0,00%	0	0,00%
	Artesanato	0	0,00%	9	31,00%	0	0,00%
	Joalheira/ relojarias	0	0,00%	1	3,40%	4	5,30%
	Livraria/ papelaria/ bancas	4	10,30%	2	6,90%	2	2,70%
	Loja de eletrodomésticos/ áudio/ vídeo/ móveis	3	7,70%	0	0,00%	11	14,70%
	Loja de roupas/ acessórios/ sapatos	15	38,50%	1	3,40%	33	44,00%
	Outros**	12	30,80%	12	41,40%	20	26,70%
	Restaurantes/ bares/ lanchonetes	1	2,60%	4	13,80%	5	6,70%
	Total Geral	39	100,00%	29	100,00%	75	100,00%

\*Aqui estão listadas os ramos de negócios que representativamente teve maior relevância para o presente estudo.  
\*\*Nesta categoria foram adicionados ramos que representativamente teve menor relevância para o presente estudo.

Fonte: Autor (2020). Dados da pesquisa.

Considerando que o presente artigo aplicou os questionários antes da pandemia, No Bairro do Anjo da guarda, os empreendedores que consideravam o progresso do seu negócio bom ou ótimo, somavam 20, que equivale 51,2%. Porém é relevante notarmos, que 48,8% dos respondentes, isto é, 19 empreendedores disseram ver o progresso como ruim ou regular – Tabela 4. Levando em consideração que os empreendedores, em sua maioria trabalham em lojas físicas de roupas, acessórios, sapatos, áudio/vídeo e móveis. Os mesmos poderiam vir a aderir ao e-commerce em redes sociais como *Instagram* e *WhatsApp* como oportunidade de captação de clientes.

Além disso os MEI's podem atuar como fornecedor do governo, através de políticas de licitação, isso poderia beneficiar 52 empreendedores, mediante a contabilidade de serviço solicitado. Já no centro histórico, que é uma área turística de São Luís com grande circulação de turistas, enquanto 51,8% dos empreendedores consideram o progresso como bom ou ótimo e 48.2% o veem como péssimo, ruim e regular.

Este último resultado se mostra muito preocupante, porém dá margem para pensar-se em oportunidades que uniriam vários empreendedores em prol do crescimento do mercado local, através de parcerias com escolas de idiomas que os ajudariam com treinamento de comunicação, além dos guias turísticos, que poderiam pôr na rota de visitação pela cidade o empreendimento desses empreendedores, que em sua grande maioria trabalham com artesanato, que é uma janela da cultura maranhense. Além do adotar um e-commerce para divulgar suas peças, e buscar parcerias de curadoria de artesanato pelo brasil e mundo, para que as mesmas alcancem todos os tipos de público.

Quanto ao controle financeiro, no Anjo da Guarda, Centro Histórico e João Paulo, predominantemente acontece em através de caderneta e livro físico, respectivamente as porcentagens são: 48,7; 51,7 e 30,7% - Tabela 4. O que é preocupante visto que através do controle das finanças, que é medido a saúde da empresa. E mais uma vez, caberia como oportunidade que essas empresas contratassem consultorias empresarial da área de administração do movimento empresa júnior, que oferecem serviços a esses empreendedores que possuem sensibilidade ao preço pago pelo serviço, pois essas fazem um plano exclusivo e focado nas necessidades dos clientes, sempre analisando suas dificuldades e buscando meio de simplificá-las.

A satisfação dos clientes da Federação Maranhense de Empresas Júniores é medida através do NPS, o qual faz uma pergunta simples: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria nossa empresa para um amigo?”. Em 2019, a média do NPS foi de 9.6, classificando os clientes que contataram as empresas como promotores, ou seja, indicariam as empresas e suas vidas se tornaram bem mais simples após a compra do serviço/produto.

Um outro serviço que os empreendedores poderiam contratar das empresas juniores de administração, seria um plano de marketing para movimentar suas redes sociais e assim aumentar sua visibilidade e conseqüentemente as vendas principalmente nas lojas de roupas, sapatos e acessórios.

Também foi notado, que no bairro do Anjo da Guarda 46,2%, ou seja, 18 empreendedores, não possuem relação com os clientes; No Centro Histórico essa porcentagem chega 20,7%, que equivale a 6 empreendedores e no João Paulo, 17,3%, ou seja 13 empreendedores – Tabela 4. Como oportunidade esses empreendedores poderiam passar a fazer cadastro dos mesmos para divulgar promoções, além de criar planos de fidelidade.

Tabela 4 – Avaliação e satisfação do negócio segundo os proprietários, controle financeiro e relacionamento com cliente

		Anjo da guarda		Centro Histórico		João Paulo	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Avaliação do progresso do negócio	Péssimo	0	0,00%	2	6,90%	1	1,30%
	Ruim	2	5,10%	3	10,30%	10	13,30%
	Bom	13	33,30%	14	48,30%	28	37,30%
	Regular	17	43,60%	9	31,00%	24	32,00%
	Muito bom	7	17,90%	1	3,40%	12	16,00%
	Total Geral	39	100,00%	29	100,00%	75	100,00%
Satisfação do negócio	Não sei avaliar	0	0,00%	0	0,00%	1	1,30%
	Insatisfeito	2	5,10%	3	10,30%	1	1,30%
	Pouco satisfeito	8	20,50%	8	27,60%	15	20,00%
	Satisfeito	22	56,40%	14	48,30%	45	60,00%
	Muito satisfeito	7	17,90%	4	13,80%	13	17,30%
	Total Geral	39	100,00%	29	100,00%	75	100,00%
Controle financeiro do negócio	Caderneta/ livro físico	19	48,70%	15	51,70%	23	30,70%
	Com um software/ sistema no computador	11	28,20%	4	13,80%	12	16,00%
	Contador	4	10,30%	6	20,70%	19	25,30%
	Mentalmente	3	7,70%	1	3,40%	19	25,30%
	Não é realizado	2	5,10%	3	10,30%	2	2,70%
	Total Geral	39	100,00%	29	100,00%	75	100,00%
Relação com os clientes	Faço divulgação e comunicação com os clientes cadastrados - relacionamento	6	15,40%	5	17,20%	1	1,30%
	Não tenho controle sobre isso	18	46,20%	6	20,70%	13	17,30%
	Satisfeito com os clientes atuais	3	7,70%	2	6,90%	6	8,00%
	Sempre faço promoções e divulgação para	9	23,10%	13	44,80%	39	52,00%
	Tenho clientes cadastrados	3	7,70%	3	10,30%	16	21,30%
	Total Geral	39	100,00%	29	100,00%	75	100,00%

Fonte: Autor (2020). Dados da pesquisa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que todos os objetivos propostos neste artigo foram alcançados:

Quanto ao primeiro objetivo específico do estudo, que era traçar o perfil dos empreendedores de cada localidade em relação a sexo, escolaridade, faixa etária e estado civil. Em suma, percebeu-se que há uma predominância feminina, entre 46 e 56 anos com ensino médio completo e casada. Isso é reflexo do atual papel das mulheres na sociedade, em que há uma busca por independência financeira.

O segundo objetivo foi mostrar o impacto que o empreendedorismo tem sob a renda familiar. Dessa forma, notou-se que há uma grande dependência da renda do negócio sobre a família, a maioria afirmou só possuir ela. Com isso, o sucesso do empreendimento reflete em uma boa renda familiar, assim como o contrário.

O terceiro objetivo foi compreender o motivo da abertura do negócio. Conforme os dados apresentados, observa-se que, em sua maioria, os empreendedores se depararam com uma oportunidade e resolveram investir.

Em consonância ao terceiro objetivo - entender a visão que os empreendedores têm em relação ao futuro de suas empresas - percebe-se que a maioria deles pensam a respeito do futuro da empresa, no entanto não faz um planejamento. Dessa forma, as atividades da empresa são feitas baseadas em ações presentes, sem um controle.

E por fim, quarto objetivo foi identificar oportunidades, notou-se que há uma gama de opções às quais os empreendedores dessas localidades podem implementar a baixo custo para melhorar seus negócios e sair da zona de conforto, adentrando a novos nichos de e-commerce, parcerias locais, consultorias acessíveis e novas estruturas internas, dentre outras.

É relevante considerar que as oportunidades aqui destacadas se encontram em consonância com a atual realidade sofrida pelos microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas e empresas de pequeno porte causada pela Covid-19. Principalmente a parte que destaca as porcentagens de empreendedores que poderiam ser beneficiados com auxílios governamentais nesse momento economicamente difícil.

Além disso, fica aberta sugestões para pesquisas futuras que poderiam ser feitas nesses três bairros comparando o cenário antes da pandemia e depois da pandemia, vindo a destacar os impactos sofridos pelos empreendedores. Assim como salientar os impactos econômicos sofridos pelo município de São Luís, que podem evidenciar, por exemplo: arrecadação de impostos, desemprego, dentro outros aspectos.

Trabalhos futuros poderão também ser feitos, analisando as tendências de consumo pós-Covid-19, e aplicabilidade em pequenos negócios, assim como: mudanças de gestão em comparação aos modelos adotados antes da pandemia.

## REFERÊNCIAS

BASTOS, F. P. C. **Empreendedorismo e identificação de oportunidades**. SEBRAE, 14 de janeiro de 2011. Disponível em: <<http://sebraemgcomvoce.com.br/2011/01/14/empreendedorismo-e-identificacao-de-oportunidades>> Acesso em: setembro 2021

BIRLEY, Sue (1989), **Journal of Small Business Management**, January, pp. 32-37

**Brasil Júnior**. Disponível em:

<https://drs.ms/x/s!Av26w0p5W3Ekh2CI9IB79Tac8eL?e=Ceb1jY>. Acesso em: 08 abril 2020

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 2. ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

DA SILVA, J. A. B.; SILVA, M. S. V. ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NO PERÍODO DE 2002 A 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 115-137, 2019. DOI: 10.30781/repad.v3i2.8674. Disponível em:

<https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/8674>. Acesso em: 20 set. 2021

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. - 3. ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Entrepreneurship in business enterprise**. Journal of business policy (I.1. 1970:3-12).

GEM. **Livro 2019. Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: setembro de 2021.

GEM. **Relatório executivo 2018. Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em: setembro de 2019. (2018a).

GEM. **Relatório executivo 2019. Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: setembro de 2021

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas,1999.

MCCLELLAND, David. **The Achieving society**. New York: VanNostrand,1961.

MINTZBERG, Henry. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico** - 2. ed. - Porto Alegre: Bookman, 2010.

PARAÍBA ONLINE. Curador avalia trabalhos e regulamenta artesãos em campina grande. Disponível em: <https://paraibaonline.com.br/2019/07/curador-avalia-trabalhos-e-regulamenta-artesaos-em-campina-grande/>. Acesso em: 11.04.2020

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

SCHUMPETER, Joseph Alois. (1961) *Capitalismo, socialismo e democracia* Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.

SCHUMPETER, Joseph A. **The creative response in economic history**. Journal of Economic History, 1947.

SEBRAE. **Boletim estudos e pesquisas**, n.58, abril 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/estudos-e-pesquisas-abril-2019.pdf>. Acesso em: 23.09.2019.

SEBRAE. **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec**. Comportamento do Empreendedor. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas->

empreendedoras-desenvolvidas-no-empotec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em: set. de 2019.

SEBRAE. **Pequenos negócios são a força que move economia de São Luís nos 407 anos**, setembro 2019. Disponível em:

<http://www.ma.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MA/pequenos-negocios-sao-a-forca-que-move-economia-de-sao-luis-nos-407->

[anos,b51678394040d610VgnVCM1000004c00210aRCRD](http://www.ma.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MA/pequenos-negocios-sao-a-forca-que-move-economia-de-sao-luis-nos-407-). Acesso em: setembro de 2019.

Senado Federal. Senado vota linha de crédito para pequenas empresas durante pandemia.

**Senado Notícias**, 2020. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/04/23/senado-vota-linha-de-credito-para-pequenas-empresas-durante-pandemia>. Acesso: 10 de abril 2020

SHANE, S. A. **Solo Fértil: como identificar grandes oportunidades para empreendimentos em alta tecnologia**, Rio Grande do Sul: Bookman, 2005.

TZU, Sun; PIN, Sun. **A arte da guerra**. WWF Martins Fontes, 2015.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000. YIN, R. K. Estudo de caso.