



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA – DAEC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

DESIREÊ NICOLE FEITOZA DOS SANTOS

**TENDÊNCIA EMPREENDEDORA DOS PROPRIETÁRIOS DE *FOOD TRUCK* –
TROPEIROS FOOD PARK, EM CAMPINA GRANDE – PB.**

CAMPINA GRANDE – PB
2018

DESIREÊ NICOLE FEITOZA DOS SANTOS

**TENDÊNCIA EMPREENDEDORA DOS PROPRIETÁRIOS DE *FOOD TRUCK* –
TROPEIROS *FOOD PARK*, EM CAMPINA GRANDE – PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento às exigências para
obtenção do grau de Bacharela em
Administração.

Área de Concentração: Empreendedorismo

Orientadora: Profa. Dra. Yêda Silveira Martins
Lacerda.

**CAMPINA GRANDE – PB
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237t Santos, Desireê Nicole Feitoza dos.
Tendência empreendedora dos proprietários de food truck – Tropeiros food park, em Campina Grande- PB. [manuscrito] : / Desiree Nicole Feitoza dos Santos. - 2018.
23 p. : il. colorido.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.
"Orientação : Profa. Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda, Departamento de Administração e Economia - CCSA."

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedor. 3. Food truck.
21. ed. CDD 658.11

DESIREÊ NICOLE FEITOZA DOS SANTOS

10,0 (Des)
Medalhão

**TENDÊNCIA EMPREENDEDORA DOS PROPRIETÁRIOS DE FOOD TRUCK –
TROPEIROS FOOD PARK, EM CAMPINA GRANDE – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento às exigências para
obtenção do grau de Bacharel em
Administração.

Aprovado em: 19/06/2018.

BANCA EXAMINADORA

Yêda Silveira Martins Lacerda

Profa. Dra. Yêda Silveira Martins Lacerda (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Maria Dilma Guedes

Profa. MSc. Maria Dilma Guedes (Examinadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Maria Marluce Delfino da Silva

Profa. Esp. Maria Marluce Delfino da Silva (Examinadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

CAMPINA GRANDE – PB

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus pelo dom da vida, e por sempre ter cuidado e olhado por mim em todos os momentos de minha vida e principalmente na graduação, a Nossa Senhora por toda intercessão e proteção.

Aos meus pais Marcos Antonio dos Santos Nóbrega e Nadja Neide Feitosa Nóbrega por nunca terem deixado me faltar amor, atenção e preocupação. Ao meu pai, minha gratidão por ter me passado valores no que diz respeito à dignidade, e a minha mãe que é minha grande amiga, e uma das pessoas que mais torce pelo meu sucesso, que apoia minhas escolhas, e rezava sempre por minha graduação, essa vitória é dedicada a vocês.

A minha tia Agricioneide Feitosa Vidal, por todo apoio educacional, pessoal e financeiro que foi dado ao longo da minha vida, por ser exemplo pra mim como profissional e como pessoa, principalmente no que diz respeito à dedicação aos estudos.

Ao meu esposo Teles de Sales Bezerra por sempre ter me incentivado a estudar, e a concluir essa graduação, por sempre ter me amparado nos momentos complicados, e por diversas vezes ter me ajudado em tantos trabalhos acadêmicos.

A minha Vó Neide, pelas inúmeras orações e intercessões pelo meu sucesso acadêmico e profissional.

Aos meus irmãos Vitor Platini e Mirella Feitosa, pelas vezes que pedi para imprimirem meus trabalhos acadêmicos.

A UEPB por ter me proporcionado a oportunidade de ter estudado nessa instituição aos professores que fizeram parte dessa trajetória acadêmica, em especial a Professora Maria Dilma Guedes e Yêda Silveira Martins Lacerda, que se fizeram presentes durante a graduação, lecionando disciplinas na qual obtive grandes aprendizados, e em especial nesse momento de encerramento de mais um ciclo na vida acadêmica, no auxílio do TCC – Trabalho de Conclusão de Curso. Agradeço ainda, a Profa. Maria Marluce Delfino da Silva, que aceitou o convite para participar da banca examinadora deste trabalho e aos meus colegas de curso, principalmente aqueles que fizeram parte em trabalhos e seminários.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	REFERENCIAL TEÓRICO	7
2.1	CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO	7
2.2	PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E NO MUNDO	9
2.3	TENDÊNCIA EMPREENDEDORA.....	10
2.4	EMPREENDEDORISMO - FOOD TRUCK.....	11
3	METODOLOGIA	13
3.1	TIPOS DE PESQUISA	13
3.2	SUJEITOS DA PESQUISA	13
3.3	INSTRUMENTOS DA PESQUISA.....	14
4	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	15
4.1	TENDÊNCIA 1 - NECESSIDADE DE SUCESSO.....	15
4.2	TENDÊNCIA 2 - NECESSIDADE DE AUTONOMIA / INDEPENDÊNCIA.....	16
4.3	TENDÊNCIA 3 - TENDÊNCIA CRIATIVA.....	17
4.4	TENDÊNCIA 4 - ASSUME RISCOS CALCULADOS / MODERADOS.....	18
4.5	TENDÊNCIA 5 - IMPULSO E DETERMINAÇÃO.....	18
4.6	RESUMO DAS TENDÊNCIAS	19
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
	REFERÊNCIAS	21

TENDÊNCIA EMPREENDEDORA DOS PROPRIETÁRIOS DE *FOOD TRUCK* – TROPEIROS *FOOD PARK*, EM CAMPINA GRANDE – PB.

SANTOS, Desireê Nicole Feitoza¹
LACERDA, Yêda Silveira Martins²

RESUMO

O Empreendedorismo tem evidenciado sua importância através da inserção do mercado e no atendimento de algumas necessidades, sejam elas pessoais, financeiras ou sociais. O presente estudo tem o objetivo de analisar a tendência empreendedora, dos proprietários de *Food Truck*, do Tropeiros *Food Park*, localizados na cidade de Campina Grande, através do modelo de Caird: Tendência Empreendedora Geral para isso, utilizou-se pesquisas descritiva de caráter exploratório, bibliográfica; de campo e quantitativa. Em um universo de 13 proprietários foi aplicada a uma amostra de 10 ou 77,0% dos proprietários. Observou-se que todos os proprietários, possuem capacidade empreendedora, pois, houve maioria de concordância, destacando-se por ordem de importância: Impulso e Determinação; Assume riscos calculados/moderados; Tendência criativa; Necessidade de Autonomia/Independência; e Necessidade de sucesso, sendo ³estas comprovadas, através do modelo de Tendência Empreendedora Geral, distribuídas em cinco dimensões.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. *Food Truck*.

1 INTRODUÇÃO

Desde a época do algodão colorido, contata-se que Campina Grande é uma cidade empreendedora, após a chegada do trem no início dos anos 1900 e com a instalação de uma empresa especializada em 1935, a cidade tornou-se principal comerciante da matéria-prima no Brasil, outro exemplo disso, são as feiras livres que até hoje são parte da cultura da cidade, levam sustento a muitas famílias, e inclusive estão para se tornar Patrimônio Cultural e Imaterial da Humanidade.

Ao longo dos anos, o Empreendedorismo tem evidenciado sua importância, e auxiliado pessoas e economias na inserção do mercado e no atendimento de algumas necessidades, sejam elas pessoais, financeiras ou sociais.

O conceito "Empreendedorismo" foi popularizado pelo economista Joseph Schumpeter, em 1945, como a base de sua teoria da Destruição Criativa.

¹ Graduanda em Administração pela UEPB. E-mail: <desireenicolef@gmail.com>

² Professora Orientadora. Dra. em Administração pela USC, Paraguai. E-mail: <yedasilveira@hotmail.com>

Para Schumpeter (1997), o empreendedor é considerado como aquele que quebra a ordem e inova, introduz novos produtos e serviços pela criação de formas de organização ou pela exportação de novos recursos, identifica oportunidades no mercado e que promove o desenvolvimento e o crescimento econômico.

Em 1967, com Kenneth E. Knight, e, em 1970, com Peter Drucker, foi introduzida ao empreendedorismo a ideia da necessidade de arriscar em algum negócio para montar uma organização. Já em 1985, com Gifford Pinchot III, foi introduzido o conceito de intraempreendedor, ou seja, uma pessoa empreendedora, mas que trabalha dentro de uma organização.

Através de pesquisas, realizadas pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) foi possível verificar que o Nordeste em 2015, foi considerado uma das regiões mais empreendedoras do País.

Segundo Caird (1988), existe uma série de tendências pessoais que comumente se associam com a pessoa empreendedora, e através dessas tendências, é possível mensurar a capacidade empreendedora dos indivíduos. O modelo de Duhram é o modelo escolhido para apresentarmos nesse trabalho, e ele contém uma metodologia própria para analisar a tendência empreendedora, identificando características psicológicas dos empreendedores, por meio de cinco dimensões, nas quais os empreendedores de maior sucesso apresentavam altos níveis dessas características, sendo elas: Necessidade de realização; Necessidade de autonomia/independência; Criatividade; Disposição a risco; e Determinação.

É perceptível que o empreendedorismo tem sido um grande aliado no que diz respeito à eliminação de barreiras comerciais, tem melhorado o processo de globalização, quebrado paradigmas, gerando novas relações de trabalho e gerando riquezas mensuráveis e imensuráveis para a sociedade. Sejam por necessidade, ou simplesmente por vontade, muitas pessoas tem empreendido em Campina Grande, as atividades, são as mais diversas possíveis, porém, os setores de comércio e de serviço, a exemplo dos *Food Truck*, que estão instalados na cidade de Campina Grande, tem obtido um crescimento notável.

Neste sentido, questiona-se: quais as tendências empreendedoras dos proprietários de *Food Truck do Tropeiros Food Park*, em Campina Grande – PB?

Este estudo tem o objetivo de mensurar a tendência empreendedora dos proprietários de *Food Truck do Tropeiros Food Park*, em Campina Grande – PB.

Considerando que os estudos sobre empreendedorismo, são importantes, e tem se intensificado cada vez mais ao longo dos anos, pois é notório que o empreendedorismo tem auxiliado na criação, desenvolvimento e até reestruturação das empresas, e que busca fortalecer e encorajar indivíduos nos mais diversos aspectos, quais sejam: sociais, pessoais, culturais e econômicos. Justifica-se a importância do tema.

Face o exposto este artigo dispõe da seguinte estrutura: Resumo, Abstract, Introdução; Referencial Teórico; Metodologia; Apresentação dos Resultados; Considerações Finais; e Referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

No começo do século XIX empreendedor, era considerado, aquela pessoa proprietária de pequenos negócios, estudos depois feitos por diversos autores, entre eles, Schumpeter, Kenneth E. Knight, Peter Drucker, Gifford Pinchot, Caird, trouxeram mais abrangência, para classificar os tipos de empreendedores, suas características e nuances. Nas mais diversas áreas, a figura do empreendedor vem se destacando, aumentando os estudos e interesse no que seria empreendedorismo, e o que significa empreendedor.

O empreendedorismo teve sua ascensão no Brasil no final da década de 90, em razão das diversas tentativas de equilíbrio na economia e da exigência advinda da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de buscar caminhos para aumentar a concorrência, reduzir os custos e manter-se no mercado. Ademais, as transformações que ocorrem mundialmente, acontecem em uma rápida velocidade, principalmente no século XX, momento em que a maioria das invenções revolucionou o estilo de vida das pessoas. Por trás dessas transformações há inovação, o inédito, criado por visionários que questionam, arriscam e querem algo diferente, ou seja, empreendem (DORNELAS, 2008).

O termo empreendedorismo normalmente refere-se a pessoas que criam os seus próprios negócios, estes conectados, por sua vez, à inovação, ao aproveitamento de oportunidades e à ousadia. Empreendedorismo, portanto pode

ser visto como um processo de criação de algo diferente, com valor, devido à dedicação e esforço de alguém que assuma os riscos financeiros, psicológicos e sociais e que busque as recompensas resultantes na forma de satisfação pessoal e monetária (HISRICH; PETERS, 1986).

Segundo Lezana (1998), o empreendedor é toda pessoa que empreende um negócio e o faz crescer. Ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio e a capacidade para perceber a mudança como uma oportunidade.

“Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado” (DORNELAS, 2008, p. 4).

Stevenson e Jarillo (1990, p. 23) afirmam que “a essência do empreendedor é a disposição em buscar oportunidades, independente dos recursos disponíveis”.

Segundo Honma e Teixeira (2011), nos últimos anos, o campo do empreendedorismo cresceu, expandiu-se além de suas fronteiras e tornou-se destaque em quase todas as áreas das ciências humanas e gerenciais.

Dentre os economistas, Schumpeter (1997) foi um dos pioneiros nos estudos sobre empreendedorismo e do empreendedor. Ele compreendia que o empreendedor precisa ter habilidade de identificar oportunidades para assim, obter lucros, e assumir riscos inerentes a essa ação.

Segundo Gerber (2004), faz parte da personalidade empreendedora, transformar a situação mais caótica em uma oportunidade excepcional. O empreendedor é o visionário em nós: o sonhador, a energia por trás de toda atividade humana, a imaginação que alimenta o fogo do futuro, o catalisador da mudança, O empreendedor vive no futuro, nunca no passado, e raramente no presente.

2.2 PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E NO MUNDO

O ato de empreender é encontrado em populações distintas de todos os países com suas mais diversas culturas. Porém, em alguns países este ato é mais

intenso que os outros, uma explicação possível que pode ser dada é que os empreendimentos são motivados pela oportunidade ou necessidade.

Quando falamos em empreender por oportunidade, temos em um cenário mundial, países se destacando como no caso da Bolívia, que ficou com a primeira posição na Pesquisa GEM 2008, desenvolvida pela *Global Entrepreneurship Monitor*, em 2008. A taxa de empreendedorismo por oportunidade reflete o “lado positivo” da atividade empreendedora nos países. Essa porção de empreendedores é aquela que iniciou sua atividade para melhorar sua condição de vida ao observar uma oportunidade para empreender.

O outro extremo da atividade empreendedora é aquele em que as pessoas empreendem diante de uma necessidade. Nesse caso, há o empreendedorismo como “ferramenta para o desenvolvimento”. A Colômbia é o país com a maior taxa de empreendedorismo por necessidade, e a Bolívia ocupa a segunda posição. Pode-se notar também que, nesse quesito, os países mais desenvolvidos não chegam a ter um habitante em cada 100 que tenham iniciado alguma atividade empreendedora por necessidade.

Pode-se destacar que países com desenvolvimento social elevado, como a Dinamarca, apresentam taxas baixas de empreendedorismo, mas este se caracteriza por ser fortemente por oportunidade. Nesse país, existem aproximadamente 13 empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade (GEM, 2012).

Quando nos referimos exclusivamente ao Brasil, dados provenientes do (GEM, 2016), mostram que a Taxa Total de Empreendedores (TTE) brasileiros apresentou valor de 36,0 % em 2016, número inferior à observada em 2015 (39,3%). Já a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA), composta por empreendedores nascentes e novos, alcançou o valor de 19,6%, também inferior a 2015 (21,0%).

Portanto, a cada 100 brasileiros, aproximadamente 20 estavam envolvidos com atividades empreendedoras em estágio inicial em 2016. Nesta composição os empreendedores nascentes foram 6,2% que estavam envolvidos na estruturação de um negócio do qual eram proprietários, porém, tal empreendimento não permitiu a retirada de pró-labores, ou qualquer outra forma de remuneração por mais de três meses (GEM, 2016).

Para Chiavenato (2012), o aumento do empreendedorismo no Brasil vem ocorrendo de forma satisfatória. A falta de oportunidade do brasileiro faz com que ele force abrir uma micro empresa para poder atender suas próprias necessidades, com o apoio do governo essas empresas seriam postas para empregos e influenciariam diretamente na economia do país.

2.3 TENDÊNCIA EMPREENDEDORA

No que se refere à mensuração da capacidade empreendedora de um indivíduo, temos o teste Tendência Empreendedora Geral (TEG), que foi desenvolvido em 1988 na Universidade de Formação Industrial da *Durham University School* por Caird (1991), esse teste permite identificar se o indivíduo possui traços do comportamento empreendedor.

Para Caird, existe uma série de tendências incluem-se em cinco categorias, tais como: Necessidade de Sucesso, Necessidade de Autonomia/Independência, Tendência Criativa, Propensão a Riscos e Impulso e Determinação.

As dimensões do modelo de TEG proposto por Caird (1991, apud SOUZA, 2014), possuem as seguintes características:

1. **Necessidade de Sucesso/Realização** – que está relacionada à alta motivação do empresário para alcançar metas, e a elevada necessidade de autoconhecimento, tomada de decisão, resolução de problemas, iniciativa, inovação e determinação;
2. **Necessidade de Autonomia/Independência** – esta é caracterizada pela iniciativa de iniciar um negócio, sendo assim relacionada aos atributos voltados para a autoconfiança e determinação;
3. **Tendência Criativa** – referente à capacidade de inovação que pode ser percebida como um potencial curioso, versátil e imaginativo presente no comportamento dos indivíduos;
4. **Assume riscos calculados/moderados** – É definida pela capacidade de lidar com informações incompletas e agir de acordo com uma opção arriscada, que requer habilidades a realização de metas desafiadoras por parte de indivíduos que as vivenciam;

5. Impulso/Determinação – Corresponde a iniciativa, dominância, tolerância, realização, afirmação, bem-estar, eficácia, independência, sociabilidade.

O modelo do Teste Tendência Empreendedora Geral (TEG) tem sua importância não somente por mensurar a capacidade empreendedora de um indivíduo, (no caso desse artigo, a tendência empreendedora dos proprietários de *food truck*) mas, por também revelar dimensões que o próprio indivíduo não conhecia a respeito do seu lado empreendedor, ou simplesmente, afirma-las, se ele(a) tende a agir mais por impulso, se é criativo, se é independente, como ele se mantém diante de uma tomada de decisão.

2.4 EMPREENDEDORISMO – *FOOD TRUCK*

Vendedor de comida na rua é uma das profissões mais populares em países em desenvolvimento, segundo a descrição da autora Bianca Chaer no livro "Comida de Rua, o melhor da baixa gastronomia paulistana". A atividade é fonte de renda de muitas famílias. Os trabalhadores desse ramo já representam aproximadamente 2% da população.

Embora seja considerada uma atividade antiga, os modelos de venda de comida na rua começaram a inovar a partir da primeira década do século 21, com a modalidade de comércio em *Food Truck*.

O conceito de *Food Truck* foi importado dos Estados Unidos para o mundo todo. Uma das razões do sucesso desse modelo de negócio foi também a crise americana em 2008, em que muitos empreendedores procuravam opções mais flexíveis e acessíveis.

Pode-se definir *Food Truck* como uma cozinha móvel, de dimensões pequenas, sobre rodas que transporta e vende alimentos, de forma itinerante. A maioria dos veículos é formada por trailers, furgões, camionetes ou caminhões adaptados. Os modelos e o custo para se adequar às diversas legislações variam bastante (SEBRAE NACIONAL, 2016).

No Brasil, com a globalização e devido a facilidade de viagens, muitos empresários viram a possibilidade de empreender e expandir seus negócios ou até mesmo, abrir um primeiro restaurante, num modelo diferente, onde houvesse contato direto com o público, possuísse baixo custo, e sem necessariamente a necessidade de adquirir ponto comercial ou outros encargos.

Visando oportunidades, e até mesmo uma forma de encontrar saídas para a crise financeira que acaba prejudicando muitas pessoas e empresas, algumas pessoas, viram a possibilidade de empreender, iniciar seu próprio negócio, e até mesmo expandir algum empreendimento que já tinha, de forma diferente, o que é uma vantagem competitiva perante seus concorrentes, pois visava-se um baixo custo, e maior contato com o público.

A modalidade *Food Truck* tem ganhado o Brasil, vários estados estão apostando nessa opção criativas para obter renda, fidelizar clientes e driblar a crise, na Paraíba (especificamente em João Pessoa e mais recentemente em Campina Grande, Figuras 1 e 2) o *Food Truck* tem agradado cada vez mais, pois além de proporcionar trabalho e renda para proprietários e funcionários, proporciona variadas opções de preços e alimentos para os consumidores.

Nas figuras mencionadas encontram-se fotos do Tropeiros *Food Park*, que surgiu em 2016 e foi o primeiro *Food Park* fundado na cidade de Campina Grande – PB, composto por 13 *Food Trucks*, 1 Lounge, 1 Parque Infantil, e 2 Bike Foods.

Figura 1. Tropeiros *Food Park*, localizado na cidade de Campina Grande.



Fonte: Autoria própria, 2018.

Figura 2. Tropeiros *Food Park*, localizado na cidade de Campina Grande.



Fonte: Autoria própria, 2018.

3 METODOLOGIA

A metodologia a ser aplicada neste trabalho busca através do modelo da Unidade de Formação Empresarial e Industrial da *Durham University Business School* o TEG – Tendência Empreendedora Geral, verificar quanto à tendência empreendedora dos proprietários de *Food Truck*, do *Tropeiros Food Park*, na cidade de Campina Grande. O interesse é motivado pela recente chegada deste tipo de comércio na cidade e pela notável expansão que os empreendimentos de *Food Truck* tem obtido pelo país.

A escolha dos métodos de mensuração da capacidade empreendedora de um indivíduo, apresentados anteriormente, foi feito a partir da busca por outras pesquisas, que mostram que estes são os métodos mais bem avaliados e mais recomendados em estudos de quantização de capacidade empreendedora.

3.1 TIPOS DE PESQUISA

Para classificar os tipos de pesquisa, adotou-se a classificação proposta por Vergara (2011), a saber:

- ✓ **Descritiva**, haja vista que “expõe características de determinada população ou determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza”. (VERGARA, 2011, p. 47). Levou-se em consideração os proprietários de *Food Truck* do *Tropeiros Food Park* de Campina Grande.
- ✓ **Exploratória**, que segundo Gonsalves (2007), “é aquela que se caracteriza pelo desenvolvimento e esclarecimentos de ideais, com o objetivo de oferecer uma visão panorâmica, uma primeira aproximação a um determinado fenômeno que é pouco explorado”. No caso, optou-se em abordar o tema *Food Truck*, pouco explorado em trabalhos acadêmicos.
- ✓ **Bibliográfica**, que para Vergara (2011, p. 48), “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é material acessível ao público em geral”. Considerando que foram utilizadas várias outras de autores da área.

- ✓ **Pesquisa de campo**, de acordo com Santos (2006, p. 27), “é aquela que recolhe dados in natura, como os percebidos pelo pesquisador. Normalmente a pesquisa de campo se faz por observação direta, levantamento ou estudo de caso”. Devido à coleta de dados, que utilizou a aplicação de questionários in loco.

Também foi utilizada, a **pesquisa quantitativa**, que segundo Gonsalves (2007), diz respeito a uma exploração das causas, por meio de medidas objetivas, testando hipóteses, utilizando-se basicamente da estatística. Neste contexto, os resultados da pesquisa de campo foram transformados em gráficos.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

Os sujeitos da pesquisa foram os proprietários do Tropeiros *Food Park*, localizados na cidade de Campina Grande. Atualmente existem 13 proprietários, que constituem o universo da pesquisa; destes foi extraída uma amostra de 10 ou 77,0% que participaram da pesquisa. A coleta de dados foi realizada no mês de abril de 2018, através de questionário, e utilizou-se o critério de acessibilidade.

3.3 INSTRUMENTOS DA PESQUISA

Para elaborar o instrumento de pesquisa, utilizou-se o modelo de Tendência Empreendedora, composta por 54 questões, distribuídas em 05 dimensões. É válido ressaltar que foi feita uma adaptação para 20 questões, por considerar adequados ao presente estudo. Para mensurar os resultados, adotou-se a escala Likert, adaptada para duas categorias: Concordância e Discordância.

Quadro 1 – Formato de Questionário – TEG

Questionário - Tendência Empreendedora	Concordo	Discordo
1. Costumo defender meu ponto de vista se alguém não está de acordo comigo.		
2. Prefiro os desafios que põe a prova minhas habilidades que as coisas que faço com facilidade.		
3. Penso mais no presente e no passado que no futuro.		
4. Prefiro trabalhar em tarefas como membro de uma equipe que assumir a responsabilidade sozinha.		
5. Não gosto de fazer coisas novas ou poucos convencionais.		
6. Quando estou em um grupo, prefiro que a outra pessoa seja a líder.		
7. Faço o que se espera de mim e sigo as instruções.		

8. A maioria das pessoas pensa que sou teimoso.		
9. Prefiro ser bom em várias coisas, que muito bom em uma coisa.		
10. Posso fazer muitas coisas ao mesmo tempo.		
11. Para mim é mais difícil adaptar-me as mudanças que me manter na rotina.		
12. Às vezes as pessoas consideram minhas ideias poucos usuais.		
13. Antes de tomar uma decisão, prefiro ter claro todos os fatos, ainda que demore.		
14. Para mim é difícil pedir favores a outras pessoas.		
15. Se tivesse que gastar R\$10,00 preferiria comprar uma rifa, a jogar cartas.		
16. Quando tenho que fixar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis que fáceis.		
17. Conseguir êxito é resultado de muito trabalho, a sorte não tem nada haver.		
18. Geralmente a gente tem o que merece.		
19. Quando faço planos para fazer algo, quase sempre faço o que foi planejado.		
20. Consigo o que quero porque trabalho muito e faço ainda que demore.		

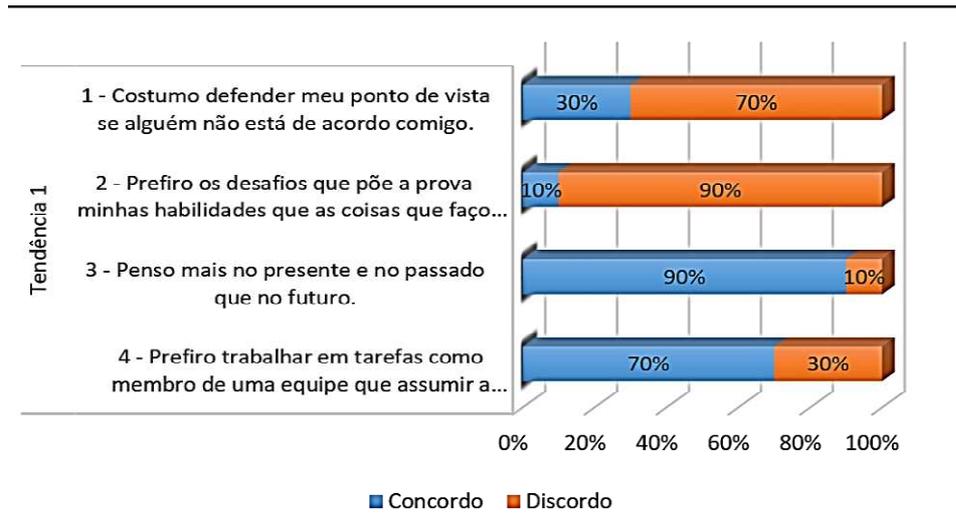
Fonte: Adaptado de Caird (1991, apud SOUZA, 2014).

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 TENDÊNCIA 1 – NECESSIDADE DE SUCESSO

Descrição da tendência – A necessidade de sucesso está intimamente relacionada com a realização pessoal. Este é um aspecto de suma importância para o sucesso em qualquer profissão, no entanto, o excesso dela, sem o complemento da afetividade nas relações humanas leva a uma busca desenfreada do poder, o que não pode ser considerado regra para os empreendedores. (GAIÃO et al., 2009).

Gráfico 1 – Tendência 1 (Necessidade de sucesso)



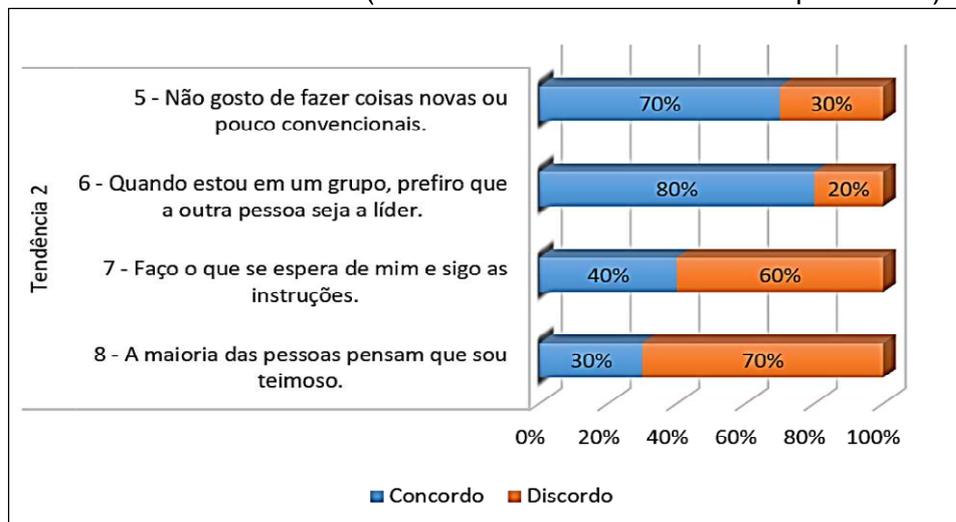
Fonte: Pesquisa direta, abr./2018.

No que se refere a esta tendência, percebe-se que a maioria, tem características que enfatizam a necessidade de sucesso. A pergunta de número 2 chama a atenção porque o resultado resulta em uma maioria, que quase em sua totalidade, que discordou de modo igual.

4.2 TENDÊNCIA 2 – NECESSIDADE DE AUTONOMIA / INDEPENDÊNCIA

Descrição da tendência – O indivíduo necessita de liberdade para confrontar-se com situações de uma realidade diferente da que está inserido, aproveitando-se das oportunidades para fazer surgir um novo empreendimento. (GAIÃO et al., 2009).

Gráfico 2 – Tendência 2 (Necessidade de autonomia/independência)

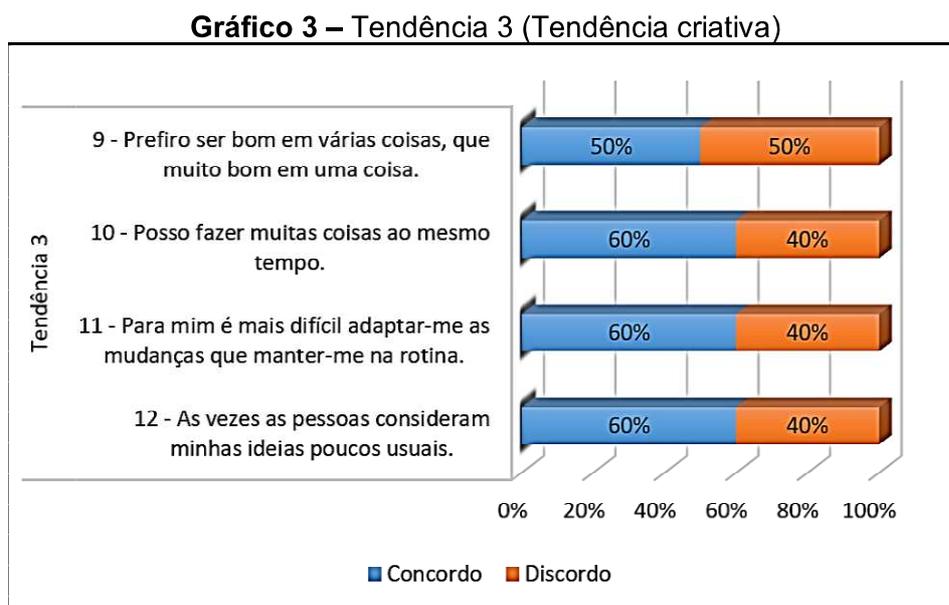


Fonte: Pesquisa direta, abr./2018.

É perceptível através do gráfico 2, que nos questionamentos referentes a Tendência: Necessidade de autonomia/independência, os respondentes apresentam resultados menos semelhantes, ou seja, reagem diferentemente, a cada realidade que surge no caminho deles. Uns conseguem aproveitar oportunidades mais que outros, uns tendem a apresentar características mais visadas para liberdade, outros não.

4.3 TENDÊNCIA 3 – TENDÊNCIA CRIATIVA

Descrição da tendência – A criatividade é a geradora de ideias, responsável pela criação de soluções para eventuais problemas e abertura de mercados. É também a responsável pela percepção de situações e problemas inerentes ao negócio do empreendedor. (GAIÃO et al., 2009).



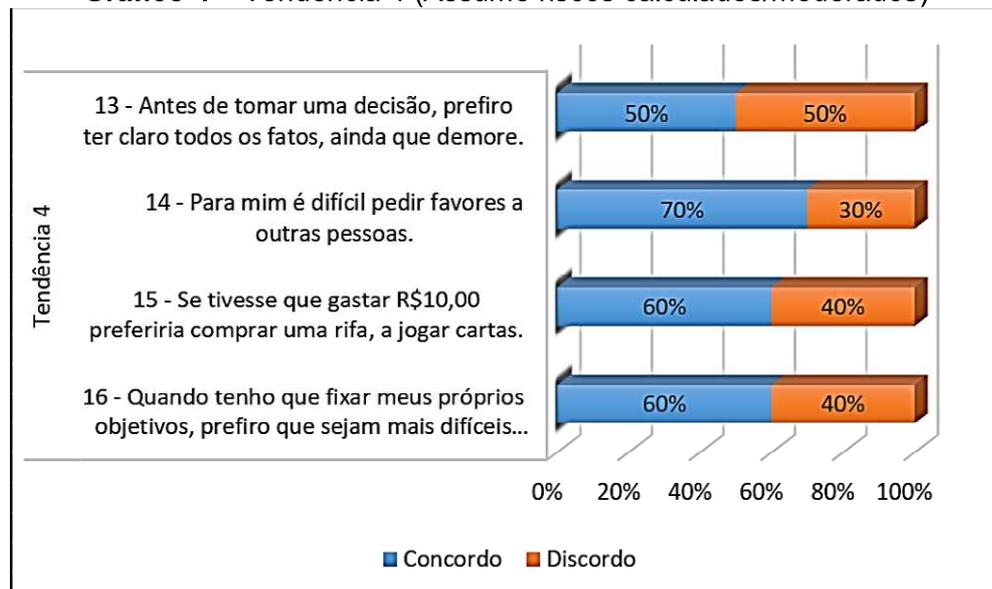
Fonte: Pesquisa direta, abr./2018.

Esta tendência apresenta-se de forma bem equilibrada, como podemos observar no gráfico. Com isso conseguimos ponderar que no que refere-se à Tendência Criativa, os proprietários de *Food Truck* do Tropeiros, todos eles, conseguem ter uma percepção de situações e soluções que o mercado pode requerer, e até mesmo no seu próprio empreendimento, com seus funcionários e demandas.

4.4 TENDÊNCIA 4 – ASSUME RISCOS CALCULADOS / MODERADOS

Descrição da tendência – O empreendedor avalia alternativas e calcula os riscos deliberadamente. Procura controlar resultados e busca situações que implicam em desafios ou riscos moderados, estando suas recompensas associadas a esses riscos. (GAIÃO et al., 2009).

Gráfico 4 – Tendência 4 (Assume riscos calculados/moderados)

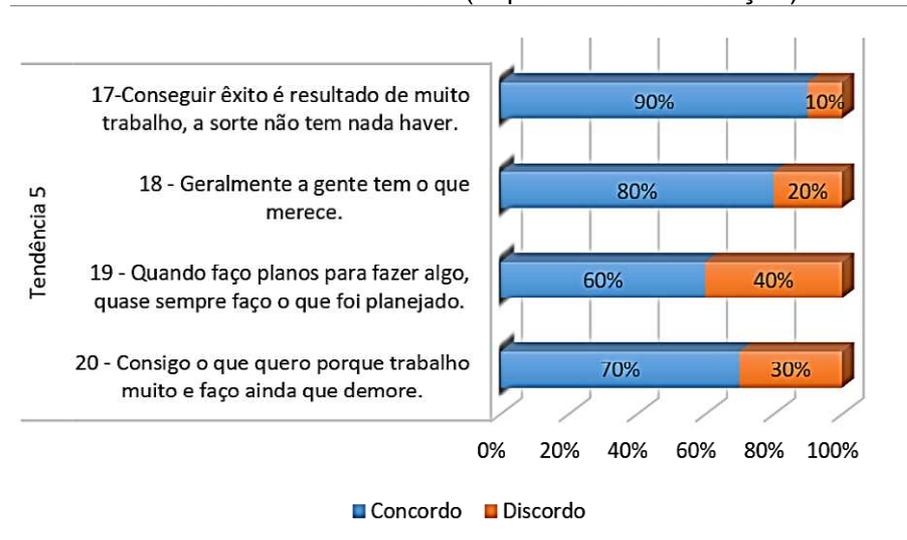


Fonte: Pesquisa direta, abr./2018.

Através do gráfico, é possível perceber, que há um equilíbrio entre as respostas, e com isso podemos verificar que os proprietários, buscam ser os mais cautelosos possíveis, que apesar de se arriscarem, quando necessário, fazem isso de forma moderada, a fim de evitar prejuízos, problemas, e que na maioria das vezes, buscam controlar a situação, caso os mesmos tenham algum infortúnio.

4.5 TENDÊNCIA 5 – IMPULSO E DETERMINAÇÃO

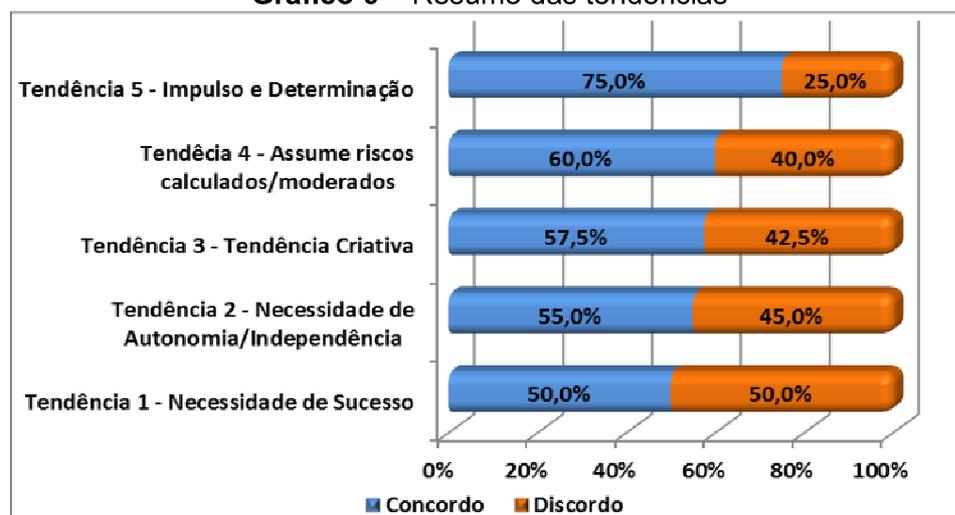
Descrição da tendência – O empreendedor se movimenta diante de um obstáculo significativo. Age repentinamente ou muda para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar o desafio ou superar o obstáculo. Assume a responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para o alcance de objetivos e metas. (GAIÃO et al., 2009).

Gráfico 5 – Tendência 5 (Impulso e determinação)

Fonte: Pesquisa direta, abr./2018.

Pode-se observar no gráfico acima, que esta tendência apresentou maior discrepância de resultados, entre si, ou seja, não houve tanto equilíbrio entre as respostas, partiu-se de uma extremidade a outra, com certa distinção. Em resumo, poderíamos definir que uns proprietários são mais impulsivos, enquanto outros pensam mais antes de agir, uns mais determinados, outros menos.

4.6 RESUMO DAS TENDÊNCIAS

Gráfico 6 – Resumo das tendências

Fonte: Pesquisa direta, abr./2018.

Após observar os resultados, pode-se afirmar, que de forma geral, todos possuem as tendências empreendedoras, especificadas nas 5 dimensões do Modelo

de Tendência Geral, e é possível perceber que certas tendências se sobressaíram mais do que outras. No gráfico acima, é notório que algumas dessas tendências, se mantiveram bem equilibradas entre si, principalmente relacionadas às respostas dos proprietários de *Food Truck* - Tropeiros *Food Park*, e poderíamos citar como exemplo, a tendência número 3 (Tendência Criativa) e a tendência de número 4 (Assume riscos calculados/moderados), assim como é perceptível, que outras tendências apresentaram, resultados não tão semelhantes entre elas, como a tendência número 1 (Necessidade de Sucesso), e a tendência número 2 (Necessidade de Autonomia/Independência), assim como podemos verificar, que há uma maior discrepância, constatada, através dos gráfico, na tendência de número 5 (Impulso e determinação), onde os respondentes, obtiveram respostas um pouco menos aproximados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de mensurar quais as tendências empreendedoras dos proprietários de *Food Truck* do Tropeiros *Food Park*, em Campina Grande - PB, observou-se que todos os proprietários, possuem capacidade empreendedora, sendo estas comprovada, através do modelo de Tendência Empreendedora Geral, distribuídas em 5 dimensões.

Constatou-se que no que se refere as tendências, cada uma delas tem suas particularidades, e obviamente, uma tendência que se torne mais evidenciada que outras.

Diante do exposto, o objetivo foi alcançado e foi possível, mensurar as tendências empreendedoras desses proprietários, e com isso, percebido que o empreendedorismo tem sido cada vez mais, porta de abertura, para muitas pessoas se instalarem no mercado, e um instrumento no qual tem estimulado o crescimento econômico, social e financeiro de pessoas, localidades e empresas.

É fundamental para que haja uma fluidez continua entre empreendedores e empreendedorismo, um maior incentivo das pessoas e das empresas (incluindo clientes, instituições, bancos, organizações) para que se reforce a importância deste tema e sua funcionalidade.

ENTREPRENEURSHIP TREND OF FOOD TRUCK OWNERS - PARQUE ALIMENTAR TROPEIROS, IN CAMPINA GRANDE - PB

ABSTRACT

Entrepreneurship has evidenced its importance through the insertion of the market and the attendance of some needs, be they personal, financial or social. The present study has the objective of analyzing the entrepreneurial tendency of the food truck owners, from the food park tropeiros, located in the city of Campina Grande, through the Caird: General Entrepreneurial Tendency for this, descriptive exploratory research was used, bibliographical; field and quantitative. In a universe of 13 owners was applied to a sample of 10 or 77.0% of the owners. It was observed that all owners have entrepreneurial capacity, therefore, there was a majority agreement, standing out in order of importance: Impulse and Determination; Assumes calculated / moderate risks; Creative tendency; Need for Autonomy / Independence; and Need for success, these being proven, through the model of General Entrepreneurial Tendency, distributed in 5 dimensions.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. *Food Truck*

REFERÊNCIAS

CAIRD, S. **A review of measuring enterprise attributes**. DUBS, august, 1998, appud ARAÚJO, A.C C.; DANTAS, T. F. Tendência empreendedora dos estudantes de engenharia da UFCG através do modelo Durham.Universidade Federal de Campina Grande, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GAIÃO, B.F da S.; SILVA, T.A. da, LIRA, W.S., QUEIROZ, C.T. A. P de; PEDROS, A.S. & CÂNDIDO, G. A. Diagnóstico da tendência empreendedora através o modelo de Durham: um estudo de caso no setor educacional. **Qualitas Revista Eletrônica**, 8(2), 2009.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. **Relatório Executivo**, 2012.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. **Relatório Executivo**, 2016.

GERBER, Michael E. **Empreender**. São Paulo-SP: Editora Fundamento Educacional, 2004.176p.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. 4. ed. Campinas - SP. Alínea, 2007.

HONMA, E. T.; TEIXEIRA, R. M. **Competências empreendedoras em hotéis de pequeno porte**: estudo de múltiplos casos em Curitiba, Paraná. Turismo – Visão e Ação, v. 13, n. 1, pp. 52-80, 2011.

LEZANA, A. G. R.; TONELLI, Alessandra. O comportamento do empreendedor. In.: MORI, F. **Empreender**: Identificando, avaliando e planejando um novo negócio. UFSC, ENE, 1998.

SEBRAE NACIONAL. **Análise de Tendência**. *Food Truck*: uma nova tendência, 2016. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 29 out. 2017.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Tradução de Maria Sílvia Possas. Ed. Nova Cultural, São Paulo, 1997.

STEVENSON, H.H.; JARILLO, J.C. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial Management. **Strategic Management Journal**; 11, ABI/INFORM Global, p. 17-27, Summer, 1990.