



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS  
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ – CAMPUS VII  
COORDENAÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO**

**JOSÉ CLAUDIO ARAUJO DE MOURA**

**PERFIL EMPREENDEDOR: UMA ABORDAGEM COM EMPREENDEDORES DO  
SETOR DE ALIMENTOS DA CIDADE DE PATOS - PB**

**PATOS – PB**

**2018**

**JOSÉ CLAUDIO ARAUJO DE MOURA**

**PERFIL EMPREENDEDOR: UMA ABORDAGEM COM EMPREENDEDORES DO  
SETOR DE ALIMENTOS DA CIDADE DE PATOS - PB**

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em  
Administração da Universidade Estadual da Paraíba  
(UEPB) como exigência curricular para obtenção do  
título de Bacharel.

**ORIENTADOR: Ms. Felipe César da Silva Brito**

**PATOS - 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.

M929p Moura, Jose Claudio Araujo de.

Perfil empreendedor [manuscrito] : uma abordagem com empreendedores do setor de alimentos da Cidade de Patos - PB / Jose Claudio Araujo de Moura. - 2018.

51 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2018.

"Orientação : Prof. Me. Felipe Cesar da Silva Brito , Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Empreendedorismo. 2. Perfil empreendedor. 3. Gestão empreendedora.

21. ed. CDD 650.1

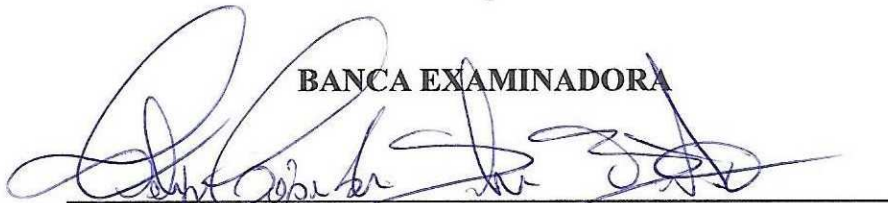
JOSÉ CLÁUDIO ARAÚJO DE MOURA

PERFIL EMPREENDEDOR: UMA ABORDAGEM COM EMPREENDEDORES DO  
SETOR DE ALIMENTOS DA CIDADE DE PATOS – PB

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em  
Administração da Universidade Estadual da Paraíba  
(UEPB) como exigência curricular para obtenção do  
título de Bacharel.

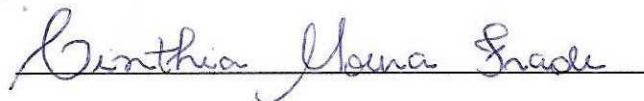
Aprovada em: 08/06/2018.

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Ms. Felipe César da Silva Brito (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Profª. Esp. Cinthia Moura Frade (Examinador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Profª. Ms. Eunice Ferreira Carvalho (Examinador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico este trabalho ao meu amado avô Seu Valério (in memoriam), Dona Margarida minha amada avó, a minha rainha e guerreira mãe, Dona Conceição e a minha filha amada Pietra Vitória, que é meu maior e melhor presente dado por Deus. Vocês foram, e sempre serão, minhas maiores motivações, e a vocês devoto toda a minha gratidão, bem como meu amor eterno. As minhas mais sublimes formas do amor!

## **Agradecimentos**

Rendo todas as honras e todas as glórias ao meu Senhor e Salvador, **Jesus Cristo**. Em meio aos vales tortuosos Ele foi meu Porto Seguro e nEle encontrei abrigo, refúgio, fé, consolo, sabedoria, coragem e a determinação necessárias para concluir esta etapa tão nobre da minha vida.

**Aos meus avós** que sempre proveram o necessário para que me dedicasse aos estudos e encontrasse nele o caminho digno para ser um vitorioso.

**A minha querida mãe** que com muita coragem, alegria e fé lutou ao meu lado me apoiando e me dando os conselhos necessários para que eu andasse nos caminhos corretos.

**Ao meu tio Gilvan** que sempre me auxiliou nesta caminhada.

**Ao meu orientador Ms. Felipe César**.

**A todo corpo docente** da UEPB.

**E a todos** que compartilham desta mesma alegria.

A todos, registro minha eterna gratidão!

## RESUMO

Os primórdios do empreendedorismo apontavam para uma relação direta com a economia quando os seus primeiros traços foram desenhados. Assunção de riscos, visão oportunista, sobrevivência, revenda de mercadorias e a atuação de um ator principal: “o empreendedor”, nos levaria a uma imensidão de pesquisas e aprendizados. Destruir uma realidade até então desconhecida, inexplorada e muitas das vezes desprezada, se tornou um dos papéis primordiais de um bom empreendedor. O empreendedorismo no Brasil se iniciou nos anos 90 através de diversos programas governamentais. Estas iniciativas ajudaram no nascimento e fortalecimento das empresas e, é por isto, que o presente trabalho tem como objetivo analisar o perfil empreendedor e as principais características empreendedoras existentes na literatura. Este perfil está diretamente ligado ao sucesso do negócio, portanto, fora realizado um estudo de caso com empreendedores da cidade de Patos-PB para analisar e saber qual seria os seus respectivos perfis empreendedores, além de uma abordagem descritiva do tema e de uma análise qualitativa e quantitativa dos resultados obtidos, usando artigos científicos e livros específicos como parâmetros interpretativos. A pesquisa realizada traz o embasamento teórico-prático para os potenciais empreendedores por ter usado como parâmetro empreendedores da cidade de Patos que se consolidaram no mercado e buscaram inovar para se tornarem referência nos seus respectivos segmentos de atuação. Concomitantemente a estas características, a gestão organizacional empreendedora surge como ferramenta estratégica para o ganho em competitividade e o alcance dos objetivos organizacionais. A pesquisa em questão identificou as principais características que um empreendedor deve possuir para ser exitoso na sua empreitada comercial e estas características foram divididas entre características comuns a todos os empreendedores e as características do empreendedor bem-sucedido.

**Palavras-Chave:** empreendedorismo, perfil empreendedor, gestão empreendedora.

## **Abstract**

The beginnings of entrepreneurship pointed to a direct relationship with the economy when the first traces about entrepreneurship were designed. Risk-taking, opportunist vision, survival, sale of goods and the performance of a main actor: "the Entrepreneur", would lead us to an immensity of research and learning. To destroy a reality previously unknown, unexplored, and often neglected, became one of the primary roles of a good entrepreneur. Entrepreneurship in Brazil began in the early 90 through various government initiatives. These initiatives helped in the appearance and strengthening of various companies and it is for this reason, the present study aims to analyze the entrepreneur profile and the main entrepreneurial characteristics in the literature. This profile is directly linked to business success; therefore, a specific study was carried out with entrepreneurs from the city of Patos-PB to analyze and identify what would be their respective entrepreneurs profiles, plus a descriptive, qualitative and quantitative approaching about the available theme in scientific articles and specific books. The research in question has identified the main characteristics that an entrepreneur must have in order to be successful in his commercial work, these characteristics of successful entrepreneurs. Concomitantly to these characteristics, entrepreneurial organizational management emerges as a strategic tool for gaining competitiveness and achieving organizational objectives. The research brings the theoretical and practical basis for potential entrepreneurs of the city of Patos-PB that were consolidated in the market, sought to innovate and gathered the main must characteristics successful entrepreneur needs to have.

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneurial profile, entrepreneurial management.



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
2.1. Empreendedorismo .....	12
2.1.2 Empreendedorismo no Brasil .....	14
2.1.3 Empreendedorismo no Nordeste .....	17
2.1.4 Empreendedorismo na Paraíba .....	19
2.1.5 Empreendedorismo no Setor Alimentício .....	21
2.1.6 Características do Perfil Empreendedor .....	22
2.1.7 Gestão Organizacional Empreendedora.....	25
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>28</b>
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS DA PESQUISA – EMPREENDEDORES DO SETOR DE ALIMENTOS.....</b>	<b>30</b>
4.1 Abordagem Qualitativa – Empreendedores .....	30
4.2 Abordagem Quantitativa – Empreendedores .....	38
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>40</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>49</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O advento do empreendedorismo vem sendo objeto de estudos por parte de pesquisadores especializados na área e que tem buscado esclarecimentos acerca da sua importância para o desenvolvimento e o crescimento econômico dos países, cuja atividade empreendedora é devidamente incentivada, apoiada e fomentada.

É precípua a importância que reside no empreendedorismo, nas suas práticas inovadoras e na sua expansão literária, uma vez que estas ações se ligam diretamente à empregabilidade dos povos, seja por meio do empreendedorismo de necessidade, seja por meio do empreendedorismo de oportunidade.

O empreendedor vem se destacando pelo seu importante papel na geração de emprego e renda, além de proporcionar o desenvolvimento da economia local. Fato é que o empreendedorismo é um dos principais fatores de desenvolvimento econômico de um país, e que países com cultura empreendedora mais avançada proporciona perspectivas econômicas maiores, influem diretamente nos índices de empregabilidade (Cunha 2003 p,16 apud Andrade, 2015).

A cultura empreendedora vem sendo difundida aos poucos no Brasil e é na década de 90 que ela começa a ganhar uma amplitude maior. Tratar de empreendedorismo é tratar de sonhos, ambições, metas, inovações, projetos pessoais e profissionais, bem como da mudança da realidade de vidas. Muitos desejam empreender, poucos conseguem isso. Empreender no Brasil é uma arte quase que empírica, pois muitos empreendedores não possuem o conhecimento teórico adequado no que diz respeito ao conhecimento do negócio a ser iniciado, da elaboração de um plano de negócio ou de técnicas de gestão, além de não conhecerem o seu perfil empreendedor, perfil este que poderá ser preponderante para o sucesso, ou não, do seu empreendimento.

O empreendedorismo e as características empreendedoras passam por um processo gradativo de disseminação científica, com isso, se faz necessário à exploração adequada deste tema tão importante para a economia. Ao passo que, dentro deste universo empreendedor, existem perfis e características que dão suporte teórico a todo aquele que se predispõe a se tornar um empreendedor, uma vez que estes perfis podem trazer uma maior clareza a respeito dos pontos fortes e fracos do indivíduo, identificando áreas a serem aprimoradas e

devidamente conhecidas por cada um.

Muitas pessoas mergulham no mundo dos negócios investindo seus recursos de uma forma desordenada e sem o devido conhecimento de quais são as suas reais habilidades para tal empreitada, seja em iniciar, gerir ou tornar o negócio competitivo e lucrativo, além de fazer com que o mesmo tenha vida longa.

O estudo que será realizado fará os devidos esclarecimentos teóricos e práticos do que vem a ser empreendedorismo, os perfis empreendedores apontados pela literatura específica e as principais características que fazem de um indivíduo, teoricamente comum, um transformador de cenários, um desbravador de novos horizontes que enxerga oportunidades onde ninguém consegue enxergar e fazem desta oportunidade uma geradora de lucros, emprego e renda.

Desta forma, o presente trabalho vai investigar a seguinte problemática: “Quais são os perfis empreendedores dos gestores-proprietários de algumas empresas do setor de alimentos da cidade de Patos-PB?”. Dentro deste contexto, o objetivo geral vai analisar o perfil empreendedor dos proprietários de algumas empresas do setor de alimentos. Já os objetivos específicos procurarão analisar a trajetória empreendedora dos empreendedores participantes da pesquisa, identificar as características empreendedoras que os mesmos possuem, além de investigar se os empreendedores conhecem a gestão organizacional empreendedora. O objetivo será alcançado a partir de uma pesquisa descritiva com estudo de campo e consequente realização de uma entrevista semiestruturada com aplicação de questionário.

Apesar da elevada taxa de mortalidade dos pequenos negócios, verifica-se que a partir dos anos 90, a cada ano, o surgimento de pequenas empresas continua crescente, como também vem expandindo o número de atividades autônomas na economia brasileira, parecendo indicar que existem fortes motivos para que milhares de pessoas se aventurem na atividade empreendedora (CAMPOS e OLIVEIRA, 2006).

Com isso, existe a necessidade de um conhecimento teórico específico acerca do perfil empreendedor e das características que os potenciais empreendedores possuem, ou devem possuir, para serem bem-sucedidos, sendo esta a razão científica para tal pesquisa, uma vez que, “empreendedores involuntários tendem a optar pelo auto emprego, mas não são empreendedores no sentido geralmente aceito do termo. Criam uma atividade de negócio, mas

não são movidos pelo aspecto da inovação” (FILION, 1999, p. 18).

O perfil empreendedor e as características intrínsecas ao mesmo, podem trazer um auxílio valioso para as pessoas que queiram investir seus recursos no ramo alimentício, dando-lhes um suporte informativo-teórico mais adequado para a sua decisão que seja de se tornar, ou não, um empreendedor, além de confrontar a teoria com a prática empreendedora bem-sucedida que o empresário está tendo a partir dos conhecimentos adquiridos e aprimorados ao longo de sua carreira empresarial.

O trabalho será dividido da seguinte forma, primeiramente será apresentado uma breve contextualização histórica sobre o empreendedorismo propriamente dito e das suas definições que foram sendo delineadas ao longo dos tempos. Em seguida o trabalho fará uma exposição sobre o empreendedorismo no Brasil, no Nordeste, na Paraíba e no setor de alimentação, tratando em seguida do foco principal que são as características dos perfis empreendedores encontrados na literatura disponível e uma breve abordagem sobre uma nova temática organizacional que é a gestão empreendedora.

Por fim, as perguntas que este trabalho se dispôs a responder serão alcançadas com o auxílio de um estudo de caso realizado com os proprietários de algumas empresas que atuam no segmento de salgados e bolos na cidade de Patos-PB, e da realização de uma entrevista semiestruturada.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo: Conceito/Caracterização

As palavras, empreendedor (*entrepreneur*) e empreendedorismo, tiveram seus conceitos e suas caracterizações definidas ao longo do tempo, ao ponto que, a origem da palavra empreendedor data em meados do século XVII na França, onde uma nova figura despontava no cenário econômico, tendo como destaque a assunção de riscos em negociatas com o governo para execução de serviços e o fornecimento de produtos (Hisrich, 1986; *apud* Dornelas, 2001).

Para Fillion (1999) "o *entrepreneur* era, então, uma pessoa que havia identificado uma oportunidade de negócio e assumido o risco, decidindo processar e revender matéria-prima". A visão oportunista provida de riscos para se obter alguma vantagem monetária em troca, seria o norte teórico no processo de conhecimento do empreendedor e do empreendedorismo, salientando sempre a atividade de risco financeiro que os mesmos exerciam ou praticavam.

A complexidade na definição concreta do que viria a ser entendido como empreendedorismo começou a ganhar mais clareza a partir da definição de Shumpeter (1928 citado por Fillion 1997, p.7), quando aquele afirmou que "a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios".

Transcorrendo acerca do pensamento "empreendedorístico" de Shumpeter (1949 *apud* Dornelas, 2005, p.39), o mesmo afirmou que "o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais". Shumpeter explicitava a ligação direta entre o desenvolvimento e a capacidade que o empresário tem de inovar para aproveitar as oportunidades que o mercado dispõe.

Atrelado aos fatores de desenvolvimento da economia local nos quais o empreendedorismo está diretamente ligado, nós temos a figura do "*banqueiro*, que atua como intermediário entre o empresário e os proprietários dos meios de produção, isto é, os capitalistas" (SOUZA, 2007, p. 129). Souza (2007), ainda ressalta a importância deste ator para a promoção do desenvolvimento econômico através da ampliação da oferta de crédito para os potenciais empreendedores converterem este crédito na abertura, ampliação ou consolidação dos seus negócios.

Para Dornelas (2005, p. 39) "o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidade". Uma característica marcante do empreendedor que permeia o empreendedorismo, ao longo da sua definição conceitual, é o poder que estas idéias tem de transformar e inovar nos mais diversos cenários pelos quais a atividade empreendedora esteja inserida, levando a criação de empresas, gerando emprego, renda e lucros.

O empreendedorismo é uma atividade que requer bastante dinâmica, aprendizado constante, visão apurada do meio, riscos devidamente calculados, criatividade, capacidade em atingir objetivos, inovação constante e efetividade na concretização das suas ideias.

Segundo Fillion (1999, p.19), o empreendedor possui a seguinte definição:

Empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões; o empreendedor é uma pessoa criativa; ...marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos; ... que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócios; ...toma decisões moderadamente arriscadas.

No cenário de atuação ao qual o empreendedor está inserido, é de suma importância o crédito bancário para o fortalecimento da atividade empresarial e sua consequente influência no desenvolvimento econômico, sendo assim, Souza (2007, p. 130) destaca que "o crédito bancário e outras formas de captação de recursos financeiros apresentam-se como uma necessidade real, para que esse agente potencial se torne efetivamente empresário".

A direção conceitual que o empreendedorismo tomou nos remete à ligação direta do envolvimento que o empreendedor tem ao realizar suas ações empreendedoras de forma criativa, inovadora e para aproveitar as oportunidades que o mercado ofereça. Tal fato se enquadra na definição trazida por Araújo (2010, p.), onde o autor afirma que "o empreendedorismo trata do aprendizado individual que, ao ser estimulado proporciona ao indivíduo maior motivação, criatividade e o leva a buscar novas maneiras de construir um projeto de vida".

Além das conceituações apaixonantes que o empreendedorismo traz, é de fundamental importância que este segmento tenha o aporte financeiro por parte daqueles que detém o crédito bancário a ser utilizado na expansão da atividade empreendedora nos mais diversos segmentos comerciais da sociedade.

### **2.1.2 Empreendedorismo no Brasil**

O evento “empreendedorístico” que adentrará no Brasil, ocorrerá no início da década de 1990 e traz consigo o advento americano de impulsionamento desta vertente econômica. Em solo nacional, o empreendedorismo brasileiro foi impulsionado a partir do auxílio de instituições que foram criadas para acelerar o processo, conceitual e prático, no nosso país.

De acordo com Dornelas (2005, p.25):

A conjugação de um intenso dinamismo empresarial e rápido crescimento econômico, somados aos baixos índices de desemprego e às baixas taxas de inflação ocorridos, por exemplo, na década de 1990 nos Estados Unidos, aparentemente aponta para uma única conclusão: o empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando empregos e prosperidade.

Entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportações de Software), foram idealizadas com o intuito de disseminar a conceituação do empreendedorismo, bem como de servirem como fomentadoras na criação de pequenas empresas, tudo isso diante de um ambiente político e econômico desfavoráveis (DORNELAS, 2005).

Já haviam passados 15 anos desde as primeiras ações de incentivo ao empreendedorismo no Brasil, alguns programas foram lançados para possibilitar a inserção empreendedora do Brasil no cenário mundial, dentre eles se destacou o Programa Brasil Empreendedor do Governo Federal, o qual conseguiu atingir mais de 6 milhões de empreendedores brasileiros durante os anos de 1999 e 2002, destaque também para o Empretec e o Jovem Empreendedor do SEBRAE, programas cuja finalidade visava a capacitação e que tiveram muita procura, além de uma avaliação bastante positiva, bem como o crescimento das incubadoras de empresas que tiveram papel preponderante no combate à mortalidade precoce dos empreendimentos, dentre outros (DORNELAS, 2005).

Na contramão a todas estas iniciativas, Dornelas (2005) destaca a necessidade de políticas públicas que tenham como finalidade o fortalecimento e consequente consolidação do empreendedorismo no Brasil, com vistas a ter-se no empreendedorismo uma alternativa contra o desemprego.

Políticas que devem ser voltadas ao aprimoramento do tipo de empreendedorismo praticado em solo nacional. O empreendedorismo de necessidade e o empreendedorismo de oportunidade se distanciam entre si e se diferem da sua importância para o desenvolvimento econômico do país pelo fato de que, naquele a prática se dá de maneira informal, sem planejamento adequado, o que o faz um facilitador de fechamento das empresas. Ao passo que, no de oportunidade existe o planejamento visionário adequado com o intuito de se buscar lucros e crescimento em larga escala, possuindo assim uma ligação direta com o desenvolvimento econômico (DORNELAS, 2005).

Em termos estatísticos, o Brasil ocupa posição de destaque no tocante à Taxa Empreendedora em Estágio Inicial (TEA). Segundo dados fornecidos pela **Global Entrepreneurship Monitor 2016** (GEM), o Brasil ocupará a 8ª posição no ranking mundial de empreendedorismo em estágio inicial e a 3ª posição no de empreendedorismo estabelecido. Vale salientar que, segundo os últimos dados da **GEM** (2016) os países com as maiores taxas de atividade empreendedora foram aqueles em desenvolvimento e a única ressalva foram os EUA que detém a maior economia do mundo e grande parte da atividade empreendedora por oportunidade.

A GEM é uma importante instituição que avalia a atividade empresarial de diversos países no mundo, dentre eles o Brasil. A organização traz no seu bojo a seguinte definição (GEM, 2016):

A pesquisa GEM iniciou-se em 1999, fruto de uma parceria entre a Babson College e a London Business School e, atualmente, é a mais abrangente pesquisa anual sobre atividade empreendedora no mundo, que explora o papel do empreendedorismo no desenvolvimento social e econômico.

O trabalho realizado por esta instituição foi orientado a partir de três taxas que auxiliam na análise da atividade empreendedora no país em questão e o qualifica diante do cenário mundial. Estas taxas são de empreendedorismo total (TTE), inicial (TEA), estabelecido (TEE) e a motivação para empreender (GEM, 2016).

A GEM Brasil (2016) ressalta que a cada 100 brasileiros, aproximadamente 20 estão envolvidos com atividade empreendedora em estágio inicial, além disso, ressalta que a crise econômica e política que o país vive contribui diretamente para que as taxas de empreendedores totais (TTE) diminuíssem em relação a 2015. Não obstante a esta realidade a GEM (2016) ressalta que o número de empreendedores novos e nascentes, alcançou o valor de 19,6%, também inferior a 2015 (21,0%).



**Tabela 1.1** – Taxas\* e estimativas\*\* de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil – 2016 (GEM, 2016)

<b>Estágio</b>	<b>Taxas</b>	<b>Estimativas</b>
<b>Iniciais</b>	19,6	26.191.876
<b>Nascentes</b>	6,2	8.350.471
<b>Novos</b>	14,0	18.793.132
<b>Estabelecidos</b>	16,9	22.674.916
<b>Total de empreendedores</b>	36,0	48.239.058

Fonte: GEM Brasil 2016

\*1 Percentual da população de 18 a 64 anos.

\*\*2 Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2016: 133,9 milhões.

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano2016).

Mesmo diante das crises econômica e política que vem assolando o Brasil, o empreendedorismo persiste em crescer, ainda que o seu crescimento esteja atribuído à necessidade de sair do desemprego. Contudo, alguns fatores são considerados como limitantes a atividade empreendedora no Brasil, a saber: dificuldade ao acesso a recursos financeiros, formação e capacitação de mão de obra, legislação e impostos, mercado dominado por grandes empresas, programas de orientação para criar ou manter um negócio, dentre outros. (GEM, 2016, p.91).

Essa crescente do empreendedorismo no Brasil ficou evidenciada por meio de uma pesquisa realizada pela ENDEAVOR, que é uma organização internacional sem fins lucrativos que promove o empreendedorismo de alto impacto no Brasil. A pesquisa foi divulgada pelo G1 em março de 2013, onde revela que o número de empreendedores no Brasil cresceu 44% nos últimos 10 anos. A pesquisa em questão apontou que a cada quatro brasileiros, três preferiram abrir seu próprio empreendimento a ser empregado de terceiros. Ficou evidente que essa taxa é uma das maiores do mundo. Gross (2013) ressalta que o número de empreendedores que cursaram o ensino superior é de apenas 11%, enquanto que os que cursaram o ensino médio chega a 35% e 46% apenas o ensino fundamental.

Transcorrendo acerca da contribuição dada por Gross (2013), fica claro que o nível de escolaridade é fator preponderante para se ter uma qualificação mais eficiente do empreendedorismo no Brasil, uma vez que os que detêm nível de escolaridade maior possuem um número de funcionários mais amplo, conseqüentemente podem impactar de forma positiva o crescimento e o desenvolvimento da economia brasileira.

Portanto, a GEM 2016 esclarece que a atividade empreendedora no Brasil nasce, cresce e se desenvolve pela necessidade ou pela oportunidade. Sendo o empreendedor por necessidade aquele que abre um negócio com o intuito de garantir a sua subsistência e a da sua família. Enquanto que os empreendedores por oportunidade sendo aqueles que identificam uma oportunidade no mercado e fazem desta oportunidade um meio de se obter lucros, fugindo do emprego convencional para empreender naquilo que a sua visão apurada acredita ser mais lucrativo (GEM, 2016).

É de fundamental importância o apoio à educação empreendedora e todas as iniciativas voltadas para este segmento, pois ele favorece a estabilidade econômica do país, uma vez que gera empregos e aumenta a renda daqueles que são beneficiados pela visão apurada dos empreendedores. Visão esta que os qualifica a enxergar novas oportunidades onde ninguém conseguiu enxergar e, através de um planejamento adequado, a organização estruturada dos seus recursos, além da sua obstinação por crescimento e alcance dos objetivos organizacionais, fazem com que haja a perpetuação ou a longevidade do seu negócio.

### **2.1.3 Empreendedorismo no Nordeste**

A região Nordeste sofreu ao longo do tempo com a escassez de recursos e políticas públicas que pudessem favorecer o seu crescimento e o seu desenvolvimento econômico. Não obstante a esta realidade, o empreendedorismo nesta região caminha de mãos dadas com esta escassez.

Contudo, algumas iniciativas foram tomadas para que houvesse o alavancamento do empreendedorismo nas regiões que a compõe, a saber, o que fora idealizado pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República que tinha como foco o desenvolvimento do Nordeste como projeto nacional.

Dentre as principais iniciativas o projeto trazia consigo quatro diretrizes, e, segundo Unger (2009), elas agiram para alavancar a atividade empresarial e empreendedora na região:

- Dar meios e oportunidades ao empreendedorismo emergente, tanto na política industrial como na política agrícola;
- Capacitar os nordestinos, providenciar um choque de ciência e de tecnologia no Nordeste, dar meios e oportunidades à inventividade tecnológica popular;
- Unificar o Nordeste fisicamente;
- Repensar e reorientar o papel dos grandes projetos industriais na estratégia de desenvolvimento.

A primeira diretriz tratava do empreendedorismo emergente e visava uma atenção especial para ele sem que houvesse qualquer distinção para com os grandes empreendimentos. Em tese, o plano visava fomentar tais empreendimentos, uma vez que, boa parte dos empregos gerados residiam neles e desta forma os esforços deveriam ser voltados para que houvesse crédito disponível, tecnologia adequada, conhecimentos e práticas avançadas de acesso aos mercados nacionais e estrangeiros (UNGER, 2009, p.12).

Para Unger (2009, p.15):

Quanto mais cedo se puder abrir um canal direto para a exportação, em favor de redes de pequenas e médias empresas (com a ajuda do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e da Apex), melhor”. Nada é mais eficaz para acelerar a dinâmica da inovação e da emulação.

Com isso, o plano externava a necessidade de se existir uma parceria público-privada, além da participação do SEBRAE para que o empreendedorismo pudesse alcançar patamares mais elevados em solo nordestino.

Os dados estatísticos discorrem acerca da atividade empreendedora nordestina em relação as demais regiões brasileiras, que aquela possui uma taxa de empreendedores iniciais e estabelecidos maior que a de todas as regiões brasileiras e maior que a média nacional, a saber 36,4% contra 34,5% das demais regiões e a do Brasil, além disto, o Nordeste tinha a época do levantamento uma população empreendedora ativa de cerca de 12,6 milhões de indivíduos (GEM, 2014).

Segundo dados da GEM (2014) a população de empreendedores nordestinos estava assim dividida:

- 1,2 milhões de empreendedores nascentes;
- 4,6 milhões de empreendedores novos e,

- 7,1 milhões de empreendedores estabelecidos.

Os direcionamentos que o empreendedorismo traz para o mercado nordestino produzem um aprimoramento das pequenas e médias empresas, além de fortalecer a economia local e favorecer o seu crescimento através de uma qualificação eficiente dos empreendedores que fazem parte deste universo.

#### **2.1.4 Empreendedorismo na Paraíba**

O empreendedorismo se estabelece em solo paraibano possibilitando o acesso de crédito mais amplo para todo aquele que pretendia abrir seu próprio negócio, ampliar o que já existia ou dar sustentabilidade para o mesmo.

Foi através do Empreender Paraíba, programa criado pelo governo do Estado em março de 2011 com o intuito de fomentar o empreendedorismo paraibano, que empreendedores individuais, coletivos, taxistas para a compra do quite GNV, empreendedores artesãos e mulheres empreendedoras, tiveram o acesso às linhas de créditos com baixas taxas de juros e uma carência de até seis meses para começar a pagar os mesmos para que fosse facilitada a iniciação empreendedora, bem como o seu fortalecimento (PEREIRA, 2015).

O site do Governo da Paraíba informa que foram realizados mais de 21 mil contratos de microcrédito, com mais de 120 milhões de reais sendo disponibilizados para os pequenos e médios empreendedores, fomentando desta forma os negócios locais além de favorecer a economia paraibana gerando emprego e renda. Iniciativas como estas evidenciam a importância de políticas públicas voltadas para o empreendedorismo local e a disseminação desta vertente econômica traz alternativas para o rompimento do desemprego, da desocupação social e, principalmente, do resgate à dignidade da pessoa humana, uma vez que com a facilitação ao acesso às linhas de crédito as pessoas podem resgatar os seus sonhos e pô-los em prática de uma forma mais conveniente.

O Empreender Paraíba foi o pontapé para que outras iniciativas fossem tomadas com o intuito de alavancar e incentivar o empreendedorismo no nosso Estado, a exemplo disto se destaca a Feira de negócios e empreendedorismo da Paraíba (Fenemp), cuja finalidade precípua era a de possibilitar uma conjunção comercial entre os empreendedores paraibanos, além de oferecer cursos diversos para a capacitação dos mesmos (PARAÍBA, 2017).

O Empreender Paraíba não limitava as suas fronteiras de atuação, tanto que o Governo do Estado participou ativamente da ampliação do complexo turístico da praia de Coqueirinho, no Conde-PB, situada no litoral sul do Estado. Na ocasião foram disponibilizados mais de 500 mil reais para a construção de bares e restaurantes daquela localidade, possibilitando assim uma melhor estrutura para atender os turistas bem como gerar mais empregos e renda para as pessoas daquela localidade (PEREIRA, 2015).

Outra iniciativa importante que fora idealizada no Estado partiu de uma instituição privada e devidamente credenciada no tocante ao assunto em questão. Neste caso, a menção faz referência ao SEBRAE, que organizou com bastante maestria a Feira do Empreendedor na Paraíba 2017 na cidade de Patos-PB. Evento que vem sendo realizado desde 2003 e disponibiliza informações diversas sobre a abertura de empresas, gestão de negócios, acesso aos mercados e ao crédito, novas tecnologias, além de capacitação e melhorias para os negócios já existentes (SEBRAE, 2017).

Shumpeter já salientava a importância dos empreendedores como força motriz para o crescimento econômico por estes introduzirem nos mercados novos produtos, novos métodos de produção, a abertura de novos mercados no país e no exterior, novas fontes de oferta de matéria-prima e uma nova organização de qualquer indústria (SOUZA, 2007).

Para que as afirmações “Shumpeterianas” se concretizem na prática, o Estado precisa agir através de políticas públicas e parcerias privadas, devendo prover os meios necessários para que os empreendedores se aprimorem e com isso evolua o nível de empreendedorismo praticado, isso tudo com vista à migração, e eficiente capacitação dos empreendedores por necessidade, para que os mesmos se tornem empreendedores por oportunidade e tenham um papel de destaque na economia e gerem empreendimentos mais inovadores.

### 2.1.5 Empreendedorismo no Setor Alimentício

O setor de alimentação é um dos mais fervorosos da economia brasileira. Ano após ano diversos produtos são lançados indo desde novos segmentos de alimentação, tais como: a vegana, até nas combinações de diversas comidas tradicionais dos mais diversos países.

O nível de atividade empreendedora nessa área é bastante elevado tendo a necessidade, ou a oportunidade, como “carros chefe” para tal empreitada. De acordo com Gonçalves e Salgueiro (2017, p.50) “o fato é que existem oportunidades de empreender dentro do ambiente de necessidade e vice-versa, quando tratamos da área alimentícia fica evidente em nossa economia que a necessidade gera empreendimentos sazonais e empreendimentos consolidados”.

As pessoas têm buscado a cada dia mais comodidade e conveniência para as suas refeições, com isso, o setor alimentício de comidas *fastfood* surge como um potencial nicho de negócio a ser explorado. Além disto, os ambientes criados pelos empreendedores nestes locais de alimentação rápida servem como os “*social gatherings*”, ou simplesmente, encontros sociais de um ou mais grupos de pessoas.

Para Gonçalves e Salgueiro (2017) novos parâmetros e opções de comer se multiplicam para além dos limites domésticos. Em destaque, temos o fenômeno dos *fast-foods* aliado ao surgimento e consolidação dos *shoppings centers* no cenário das grandes cidades. Com isso, fica evidenciado o vasto leque de opções que o empreendedor pode explorar nos mais diversos segmentos que o gênero alimentício oferece.

Barbosa (2011), orientado pelo relatório da Brasil *Food Trends 2020*, apontou algumas diretrizes que podem ou devem interferir diretamente na forma de consumo alimentar, bem como nas suas principais tendências, dentre elas estão: sensorialidade e prazer, saudabilidade e bem-estar, conveniência e praticidade, confiabilidade e qualidade e sustentabilidade e éticasx.

As pessoas acompanham e ditam tendências, com isso, é de fundamental importância que o empreendedor tenha uma visão apurada para enxergar essas tendências e convertê-las em produtos ou serviços que atendam, e supram as necessidades dos seus clientes. Tal qual é

que, o SEBRAE através dos seus relatórios de inteligência (2017) aponta como tendência o veganismo e o vegetarianismo, que são, respectivamente, como aqueles que não consomem nenhum produto de origem animal e aqueles que não se alimentam de carne, mas continua consumindo produtos de origem animal, como ovos e laticínios (ESTILO VEGAN).

É de suma importância que todo aquele que deseja empreender neste segmento busque todos os conhecimentos possíveis e adequados para uma melhor capacitação e consequente eficiência e eficácia na gestão do seu negócio, pois, apesar de ser bastante dinâmico e de simples inserção, é bastante concorrido e sedento por novidades. Inovação dita a regra neste segmento.

### **2.1.2 Características do Perfil Empreendedor**

Os empreendedores possuem particularidades únicas que muitas das vezes os diferenciam de outros indivíduos, estas particularidades estão relacionadas as suas características empreendedoras. E por que a preocupação em identificar as características do empreendedor de sucesso? Para que possamos aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas. Ou seja, as características empreendedoras podem ser adquiridas e desenvolvidas. (DOLABELA, 1999a, p.70).

Assim como existem diversas definições para o empreendedor e o empreendedorismo, da mesma forma acontece com as características pertinentes ao mesmo. Como afirma Cielo (2001, p. 28) "No ambiente empresarial existe uma grande variedade de atributos envolvendo o empreendedor".

De acordo com Souza (2005, p.5), na visão de muitos autores o sucesso ou mesmo a sobrevivência de uma pequena empresa depende principalmente do comportamento e das características pessoais que marcam os empresários inovadores.

Em termos estratégicos o empreendedor possui características que possibilitam a sua empresa ter uma dinâmica organizacional inovadora, a partir da sua visão aguçada de conseguir enxergar oportunidades únicas onde ninguém enxergou, possibilitando assim a continuidade dos seus empreendimentos (ARAUJO, 2010).

Os estudos realizados sobre o tema, com o intuito de identificar um perfil mais adequado para o empreendedor, visam fazer a ligação deste perfil com o sucesso do

empreendimento, como afirma Souza, Galhardo e Manolescu (2007), os autores orientam que os empreendedores devem buscar o desenvolvimento constante das suas habilidades, formação qualificada e a própria qualificação constante.

De acordo com Cielo (2001, p.28) "Nos estudos sobre empreendedorismo, estabelecer perfil é uma prática valorizada e disseminada, na qual geralmente os perfis são positivamente associados ao êxito dos empreendedores".

O contexto no qual o empreendedor está inserido, bem como aquele que o mesmo já conviveu durante boa parte da sua vida podem fomentar, ou não, o seu caráter empreendedor. A convivência familiar, sendo esta proprietária de algum empreendimento, o convívio com amigos, a sua busca pela inserção no mercado de trabalho, a sua vivência no mercado de trabalho ou até mesmo a sua vida acadêmica auxiliam neste processo (YOUNG, 1971 *apud* OLIVEIRA e GUIMARÃES, 2006).

A capacidade de inovação, aliado com a assunção de riscos e a habilidade para atuar em cenários cercados por incertezas, serviram de aporte para a identificação das características que o empreendedor possui, de acordo com a concepção comportamental. Aporte este que só foi possível a partir dos indivíduos que tiveram sua primeira experiência na iniciação de um empreendimento (SCHUMPETER, 1959, *apud* OLIVEIRA e GUIMARÃES, 2006).

Segundo McClelland (1971, *apud* OLIVEIRA e GUIMARÃES, 2006, p.86) "os empreendedores têm características psicológicas que os diferenciam de outras populações, por exemplo, os gerentes".

Para Silva (2009, p.104), "o comportamento empreendedor se manifesta em pessoas com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais".

Araújo (2010) destaca que:

Entre as várias características presentes nos empreendedores podemos dizer que possuem alto grau de energia, dedicação ao trabalho, concentração de esforços para alcançar os resultados, são pessoas altamente comprometidas naquilo que fazem orientadas para resultados e longo prazo, conhece muito bem o ramo que atua, cultiva a imaginação e aprende a definir visões.

Segundo Fillion (1999, p.9), "depois de MacClelland, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo por 20 anos, até o início dos anos 80". A agenda



de estudo deste grupo concentrava-se em definir o que são empreendedores e quais as suas características.

**Quadro 1: Características mais Frequentemente Atribuídas aos Empreendedores pelos Comportamentalistas.**

Inovação	Otimismo	Tolerância à ambigüidade e à incerteza
Liderança	Orientação para resultados	Iniciativa
Riscos moderados	Flexibilidade	Capacidade de aprendizagem
Independência	Habilidade para conduzir situações	Habilidade na utilização de recursos
Criatividade	Necessidade de realização	Sensibilidade a outros
Energia	Autoconsciência	Agressividade
Tenacidade	Autoconfiança	Tendência a confiar nas pessoas
Originalidade	Envolvimento a longo prazo	Dinheiro como medida de desempenho

Fonte: Hornaday (1982); Meredith, Nelson & Neck (1982); Timmons (1978) *apud* Filion (1999).

De acordo com Timmons (1978), Hornaday (1982), Brockhaus e Horwitz (1986) e Hisrich (1986) *apud* Filion (2000, p.3), as características que comumente se encontram em auto-empregados, proprietários de pequenos negócios e empreendedores em geral, são:

1. Apresentam tenacidade;
2. Possuem capacidade de tolerar ambigüidade e incerteza;
3. Fazem bom uso de recursos;
4. Correm riscos moderados;
5. São imaginativos;
6. Voltam-se para resultados;

Entretanto, Fillion (1991) citado por Fillion (2000) relaciona os valores e a cultura empreendedora que foram adquiridos por meio de uma vivência mais próxima com indivíduos que já praticavam algum tipo de atividade empreendedora durante a sua vida, possuíam experiência com negócios e geria-os orientados pela inovação, além de possuírem uma forte intuição, um forte envolvimento com o empreendimento, uma disposição ímpar para trabalhar e não se cansar com vistas ao seu sucesso, exercem liderança, sonham com os pés no chão, possuem meios eficientes próprios e controladores para se relacionar com os seus colaboradores e as pessoas que estão ao seu redor, e buscam novos aprendizados por iniciativa própria, sendo tais características relacionadas aos empreendedores bem-sucedidos.

De acordo com Souza e Guimarães (2006, p.8):

O indivíduo empreendedor seria, portanto, um líder com competências especiais para: tratar a complexidade das atividades cotidianas, advindas da necessidade de atender a altos níveis de qualidade e de satisfação da sociedade; canalizar as atividades cotidianas em direção ao sucesso estratégico da empresa; aceitar e promover, dentro do enfoque de responsabilidade social, a ética e os princípios morais e ecológicos para todos os membros da empresa, como um fator de competitividades e sucesso.

### **2.1.3 Gestão Organizacional Empreendedora**

Define-se gestão como o "ato de gerir derivado da administração, palavra do português europeu, diferente de administrar, pois quem planeja, coordena, controla e organiza é o administrador. O ato de gerir é um ato de execução de ações pré-determinadas por um administrador, ou seja, ações exercidas por um gerente. A palavra "gerir" pode ser definida por gerente" (GESTÃO, 2011).

Parte-se do pressuposto de que a gestão empreendedora é a mescla do simples fato de gerir ou gerenciar uma organização com as principais características que o empreendedor possui. A economia globalizada introduziu a necessidade da reorganização nas empresas com o intuito de acompanharem as mudanças pelas quais os mercados lhes fazem passar, com isso Carneiro (2008) afirma que:

Surge, então, dentro da economia empreendedora, o modelo de gestão baseado no empreendedorismo, ou a gestão empreendedora, que possibilita – em tese – a consecução dos objetivos organizacionais a partir de um conjunto de diretrizes e práticas que serão capazes de promover a sobrevivência na Era do Conhecimento.

Já para Drucker (1986, *apud* CARNEIRO, 2008, p.2)

Essas práticas dizem respeito ao grau de receptividade à inovação; predisposição a ver a mudança como oportunidade e não como ameaça; foco no aprendizado contínuo e práticas de gestão diferenciadas em relação à estrutura organizacional e ao relacionamento com as pessoas que atuam na organização.

Os empreendedores devotam suas energias para dar vida e prolongar a vida dos seus negócios, ao ponto de buscarem maneiras para solidificá-los, fazendo-os crescer e terem uma participação maior no mercado. Com isso, a gestão empreendedora auxilia no ganho de competitividade e na diferenciação dos seus produtos ou serviços, funcionando como uma importante ferramenta estratégica se devidamente planejada e efetivamente executada ela for.

Dentro desta ótica gestora, Carneiro (2008, p.3) cita oito práticas de um modelo de gestão empreendedora, a saber: "Liderança com cultura de execução, Intraempreendedorismo, Gestão por competências, Gestão do conhecimento, Cultura da inovação, Planejamento estratégico, política de remuneração variável e Tecnologia da Informação". Segundo o pensamento sistêmico que fora trazido por Carneiro (2008), estas práticas precisam estar devidamente enquadradas na cultura organizacional da empresa para serem executadas em busca de uma gestão empreendedora eficiente e eficaz.

A contribuição encontrada no pensamento de Carneiro (2008), diz que a busca pela execução devidamente aprimorada de uma gestão empreendedora requer por parte dos empreendedores, uma sinergia tal dos seus colaboradores com vistas à satisfação plena dos clientes, a minimização dos custos com conseqüente maximização dos lucros. Para Souza, Galhardo e Manolescu (2007, p.2440) "empreendedores atuais têm concebido novas formas de organização e gestão, o que agiliza as operações das empresas".

Para Caires e Bernado (sem data) a gestão empreendedora deve ser pautada num *continuo* visionário de aprimoramento profissional para cada melhoramento inovador que o empreendedor introduz na sua organização, fazendo com que a mudança transcorra de forma gratificante e devidamente salutar para os seus colaboradores.

Como afirma Pardini e Santos (2008, p.161) "Mudar de atitude é internalizar a necessidade de mudança". Tais aprimoramentos visam a perpetuação do negócio com vista à renovação constante de suas operações e a inovação dos seus produtos e serviços.

A gestão empreendedora está ligada ao ganho competitivo diante dos seus concorrentes, a busca constante por inovação, a busca constante por conhecimento e a um modelo de gestão dinâmica que agregue valor para os clientes e a empresa. Fazendo-a se

diferenciar no mercado, ganhar solidez e atingir suas metas e objetivos traçados (SOUZA, GALHARDO e MANOLESCU, 2007).

De acordo com Aniceto (2013, p.27) "a gestão empreendedora é fundamental para desenvolver os negócios da empresa, e o empreendedor é o elo chave nesse processo...". Já para Costa, Cericato e Melo (2005), diz que a gestão empreendedora não é apenas uma estratégia para se diferenciar dos seus concorrentes, deixando claro que esta gestão passou a atuar como ferramenta indispensável para a sobrevivência do empreendimento.

Para que a gestão empreendedora seja eficiente, e alcance as metas e os objetivos organizacionais, ela deve ser fomentada por uma equipe que deverá ser resiliente ao ponto de suportar as pressões gerenciais, além das frustrações que o mercado e a concorrência lhes impõem (DORNELAS, 2007). Sendo assim, o corpo de colaboradores deverá ter uma atenção especial por parte dos gestores, no tocante a capacitação dos mesmos.

Na gestão empreendedora os gestores deverão estar atentos às informações que os seus colaboradores produzam, uma vez que estes podem favorecer o aprimoramento dos processos internos das suas empresas, e até mesmo o incremento de mudanças que possibilitem o melhoramento dos seus serviços ou produtos (FARIAS, 2009).

Transcorrendo acerca do pensamento de Drucker (1986), o autor indica que qualquer empresa pode ter suas operações regidas pela gestão empreendedora, independentemente do seu tamanho. "Mas elas devem empenhar-se para isso. Ambas as atividades podem ser aprendidas, mas exigem esforço" (DRUCKER, 1986, p.209).

Ainda de acordo com Drucker (1986), é necessário algumas diretrizes e práticas para que a gestão empreendedora seja devidamente efetivada dentro das empresas. Drucker (1986, p.209), afirma que as "diretrizes e práticas são necessárias para criar o clima empreendedor".

Segundo Drucker (1986, p.209 e 210), as diretrizes e práticas são:

1ª A organização dever ser receptiva à inovação e predisposta a ver a mudança como uma oportunidade e não como ameaça.

2ª A mensuração sistemática, ou pelo menos uma apreciação, do desempenho de uma empresa como empreendedora e inovadora é obrigatória, bem como o aprendizado integrado para melhorar o desempenho.

3ª A administração empreendedora requer práticas específicas pertinentes à estrutura organizacional, à provisão de pessoal e gerência, e à remuneração, incentivos e recompensas.

4ª Existem alguns "nãos", coisas que *não devem ser feitas* na administração empreendedora.

A gestão organizacional empreendedora se alastra no mundo dos negócios demonstrando ser uma importante ferramenta estratégica, requerendo por parte dos empresários um nível de conhecimento adequado com vistas a sua prática no âmbito interno das suas empresas.

### **3 Metodologia**

A metodologia da pesquisa direciona-se para uma abordagem qualitativa e quantitativa, com o intuito de trazer uma importante aproximação com o campo de estudo. Para Triviños (2012), uma pesquisa qualitativa consegue compreender melhor o contexto do fenômeno social, a realidade dos sujeitos envolvidos, as causas e consequências dos problemas, privilegiando a prática transformadora do conhecimento adquirido da realidade que se pretende alcançar.

Já para Wainer (2007) “pesquisa quantitativa é baseada na medida (normalmente numérica) de poucas variáveis objetivas, na ênfase em comparação de resultados e no uso intensivo de técnicas estatísticas”. A abordagem quantitativa se torna eficiente na pesquisa em questão por esta possuir poucas variáveis a serem observadas e de poderem ser medidas numa escala numérica.

Triviños (2012, p.120) indica que "não podem ser quantificadas e precisam ser interpretadas de forma muito mais ampla que circunscrita ao simples dado objetivo". Para Roesch (2006, p. 154), a pesquisa qualitativa é apropriada para a avaliação formativa, quando se trata de melhorar a efetividade de um programa ou plano, ou mesmo quando se trata de selecionar as metas de um programa e construir uma intervenção.

De acordo com Godoy (2010, p.121), o estudo de caso será apropriado para focar problemas práticos, decorrentes das intrincadas situações individuais e sociais presentes nas atividades, nos procedimentos e nas interações cotidianas. Para Yin (2010, p.39), o estudo de caso "consegue investigar um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto da vida real”.

Sendo assim, Godoy (2010) indica que o estudo de caso se caracteriza como descritivo quando apresenta, de forma detalhada, um fenômeno social dentro de sua configuração. Para isso, será questionada a importância do conhecimento literário acerca dos perfis e características empreendedoras, além do conhecimento e da importância acerca da gestão organizacional empreendedora.

Não obstante a isso, a pesquisa bibliográfica que fora utilizada para embasar esse estudo fez uso de livros e artigos científicos referentes ao tema. As pesquisas acadêmicas, em sua grande totalidade, são realizadas e devidamente executadas a partir da utilização da pesquisa bibliográfica por oferecer a base de fundamentação teórica os conhecimentos repassados pelos especialistas da área (GIL, 2010).

O estudo de caso foi realizado com três empresas do setor de alimentação da cidade de Patos-PB, que foram as seguintes:

1. Alain Esfhiraria empresa criada no ano de 2016 cuja especialização está na fabricação de esfirras, além de oferecer pizzas diversas. Hoje a empresa conta com 30 colaboradores e uma filial na cidade de Sousa-PB. Vale salientar seu alto potencial para se tornar uma franqueadora.
2. A empresa Sovelanche nasceu na cidade de Patos no ano de 1998 fabricando salgados diversos, dentre eles se destacam os “mini-pastéis” que são seu carro-chefe e foram uma inovação neste segmento na referida cidade. A mesma possui 17 colaboradores e uma filial que, também, está situada na cidade de Patos.
3. Por fim, a empresa Casa do Bolo Sertanejo criada no ano de 2007 e que vem se destacando na cidade de Patos por ser referência na fabricação de bolos e tortas, contando com 28 funcionários que trabalham nas 7 lojas que o empresário possui.

A pesquisa foi realizada nas empresas Alain Esfiharia, Sovelanche e Casa do Bolo Sertanejo, situadas na cidade de Patos-PB que são empresas do gênero alimentício especializadas na fabricação de esfihas, salgados e bolos respectivamente. A coleta de dados se dará a partir da realização de uma entrevista semiestruturada, a partir de uma orientação prévia, com perguntas que visam o esclarecimento acerca dos objetivos elencados.

A entrevista semiestruturada, segundo Triviños (2012, p.146) é "ao mesmo tempo que valoriza a presença do investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e espontaneidade necessárias enriquecendo a investigação". Portanto, serão entrevistados os proprietários-gestores das empresas e a entrevista será realizada através da aplicação de um questionário com o intuito de se conhecer o perfil

empreendedor dos objetos da pesquisa, além de se buscar o tipo de conhecimento que os gestores têm acerca da gestão organizacional empreendedora.

Os empreendedores foram colocados diante de situações empresárias hipotéticas, possibilitando assim a análise dos seus respectivos discursos conforme a regência literária específica que fora feita a partir das suas respostas. A análise fora feita a partir do que a literatura apresentou na pesquisa e as respectivas respostas foram obtidas com a isenção necessária para que as características fossem apontadas e devidamente identificadas nos empreendedores sem quaisquer influências do investigador.

As empresas foram escolhidas a partir do seu destaque empresarial, uma vez que as mesmas trouxeram produtos inovadores para a cidade de Patos e demonstram, a partir da gestão dos seus proprietários, possuírem potencial para se tornarem franqueadoras. Porter (1985) diz que é o foco na diferenciação dos seus produtos e do marketing praticado em relação aos seus concorrentes que possibilita a empresa conquistar a liderança no seu segmento, enquanto que, Treacy e Wiersema (citados por EPELBAUM, 2004), diz que “as empresas que colocam foco no melhor produto tendem a desenvolver a estratégia de liderança em produto”.

De acordo com Rocha (2017, p.50), "análise de discurso, entende-se a teoria que tem como objeto de estudo o próprio discurso, unindo diferentes vertentes disciplinares, como a linguística e o materialismo histórico". Para Gondim e Fischer (2009, p. 4) “é a análise da fala em contexto, ela ajuda a compreender como as pessoas pensam e agem no mundo concreto”.

Não obstante a essa realidade, Rocha (2017) faz menção à análise do discurso transcendendo a mera interpretação do texto em si, sendo a análise do discurso o investigador próprio para se conhecer o contexto em que as informações foram produzidas, partindo da contextualização histórica, social e ideológica.

#### **4 Análise dos Dados e Resultados da Pesquisa**

Para tanto, foram elaboradas 15 perguntas com o intuito de se conhecer o perfil empreendedor dos respectivos gestores, a sua trajetória empreendedora e como é realizada a gestão do seu negócio. Vale salientar que estas perguntas foram escalonadas de acordo com o referencial teórico da pesquisa em questão e, por questões éticas, os gestores das empresas participantes serão identificados como gestor A, B e C sem possuírem ordem sequencial da que fora exposta logo acima.

#### 4.1 Abordagem Qualitativa - Empreendedores

De acordo com o gestor A, o mesmo decidiu abrir o seu negócio depois de ter desfeito uma sociedade que detinha juntamente com mais 5 sócios, contudo, a sua empreitada se deu a partir de uma análise criteriosa do mercado patoense e dos seus potenciais concorrentes, enxergando uma oportunidade de adentrar no mercado com um produto inovador para a região.

Já para o gestor B, a necessidade por uma condição de vida melhor foi o principal motivo para ele se tornar empreendedor, enquanto que, para o gestor C, a decisão de abrir a sua primeira loja se deu pela motivação de se tornar seu próprio patrão, ou seja, o seu desejo por ter seu próprio negócio e a melhora da sua condição de vida foram o seu principal combustível.

Transcorrendo acerca do tema em questão, Fillion (1999) concorda com os gestores ao afirmar que o empreendedor era um oportunista nato e não se detinha aos riscos que aquela empreitada poderia lhe trazer, mas, assumia-los para tornar essa oportunidade um canal para a obtenção de lucros com o processamento e revenda dos produtos. Enquanto que, Shumpeter (*apud* Fillion 1997, p.7) afirmou que "a essência do empreendedorismo e do empreendedor está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios", ficando claro a consonância das respostas obtidas com os participantes para com a literatura específica.

A segunda pergunta tratou do suporte financeiro na iniciação do negócio e, dentro desta ótica, os gestores A e B iniciaram suas carreiras empresariais com recursos próprios. Já para o empreendedor C, o nascimento do seu empreendimento teve o suporte financeiro de um empréstimo familiar juntamente com a venda de alguns bens. Com isso, fica evidenciado a discordância para com a teoria Shumpeteriana, segundo Souza (2007), que menciona a ajuda bancária através do aumento da oferta de crédito para o fortalecimento e ampliação da atividade empreendedora através da intervenção do “*banqueiro*” que atuaria como uma espécie de ponte entre os empresários e os capitalistas.

Quanto a concretização da ideia empreendedora foi identificada a igualdade de respostas entre todos os gestores ao afirmar que contaram com o apoio da família para a sua implementação e consequente materialização. Confirmando assim o que Dornelas (2005) fazia menção ao destacar o envolvimento de pessoas aos processos relacionados as atividades



empreendedoras fazendo com que as ideias sejam transformadas em oportunidades de negócios.

Para Dornelas (2005, p. 39) “o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. O empreendedorismo é um barco que se rema em conjunto na busca de um objetivo em comum que é o sucesso e perpetuação do empreendimento.

A persistência e a perseverança são fundamentais para um empreendedor, com isso, a pesquisa em questão identificou que, para o gestor A o principal fator que lhe influenciou a seguir em frente com a sua ideia foi a mudança de vida e a consequente realização pessoal, profissional e financeira, além de não querer mais ser empregado de terceiros. Estas mesmas afirmações se coadunam com a posição do gestor B, contudo, para o gestor C a oportunidade encontrada a partir de uma “brecha” e de uma necessidade identificadas no mercado foram os seus principais fatores influenciadores para seguir em frente com a sua ideia inicial.

Dentro do universo empreendedor Fillion (1999, p. 19) concorda, não em sua totalidade, com as respostas obtidas junto aos entrevistados e nos remete a características relacionadas a imaginação, desenvolvimento, concretização e realização das visões que estas pessoas em específico possuem. Além disto, a criatividade perceptiva, a capacidade de se estabelecer e atingir seus objetivos tomando decisões moderadas a partir da detecção de uma oportunidade de negócio são fatores e/ou características preponderantes para se tornar um empreendedor persistente e perseverante neste universo.

A pesquisa demonstra que todos os gestores eram empregados de terceiros e que os mesmos não pretendiam retornar ao seu estágio inicial (empregados), a partir do momento que se motivaram a abrir suas empresas. Sendo assim, a pesquisa realizada pela ENDEAVOR (2013) divulgada pelo portal G1, está em perfeita sintonia com as respostas obtidas, uma vez que a mesma revelou que a cada quatro brasileiros, três preferiram abrir seu próprio empreendimento a ser empregados de terceiros e retornar à estaca zero. Essa motivação estava direcionada para a sua alto-realização pessoal, profissional e financeira. Deixando claro o alto índice de atividade empreendedora que está implícita nos brasileiros.

A pesquisa também visou identificar o nível de escolaridade dos participantes e fora constatado que os gestores A e B possuem o ensino médio completo, já o gestor C possui

nível superior completo. Neste contexto, fica evidenciado a ligação dos participantes com o que Gross (2013) ressaltou, afirmando que, o número de empreendedores que cursaram o ensino superior é de apenas 11%, enquanto que os que cursaram o ensino médio chega a 35% e 46% apenas o ensino fundamental.

Tomando conhecimento do nível de escolaridade dos participantes e do que a literatura menciona em termos percentuais no tocante ao nível de escolaridade, a pesquisa em questão identificou que os programas de incentivo ao empreendedorismo são desconhecidos por parte do gestor A. Já os gestores B e C ficou claro a importância do SEBRAE e as suas iniciativas voltadas para este segmento, contudo, só o gestor C conhece o EMPRETEC que é um dos programas brasileiros que incentivam a atividade empreendedora em terras tupiniquins.

Diante destes fatos, Dornelas (2005) destaca o Programa Brasil Empreendedor do Governo Federal, o qual conseguiu atingir mais de 6 milhões de empreendedores brasileiros durante os anos de 1999 e 2002, destaque também para o Empretec e o Jovem Empreendedor do SEBRAE, programas cuja finalidade visavam e, ou visam, a capacitação destes empreendedores e que tiveram muita procura, além uma avaliação bastante positiva, bem como o crescimento das incubadoras de empresas que tiveram papel preponderante no combate à mortalidade precoce dos empreendimentos, dentre outros.

Fica claro, diante das respostas, que estes programas devem ter uma maior divulgação e um maior incentivo em âmbito nacional para que eles atinjam o seu público alvo com um impacto informativo considerável que auxilie na propulsão do empreendedorismo e da atividade empreendedora em solo nacional.

O empreendedorismo por oportunidade, e as suas atividades empreendedoras, tem uma grande importância para o desenvolvimento da economia. Com base nisto os gestores A, B e C acreditam serem importantes para a economia e o porquê das suas importâncias se deu, em consonância de respostas, pela geração de emprego e renda, sendo que, o gestor C ainda salientou a arrecadação de impostos com fator preponderante da sua atuação no mercado.

Dentro desta lógica, Souza (2007) fez menção a um pensamento de Shumpeter em que o mesmo já salientava a importância dos empreendedores como mola propulsora para o crescimento econômico de um país por estes introduzirem, a partir das suas visões oportunistas aguçadas, novos produtos e novos métodos de produção, além de possibilitarem a abertura econômica com novos mercados nacionais e internacionais, trazendo como consequência disto a geração de emprego, renda e receitas para o país.

Uma vez identificada a sua importância para a economia, o potencial empreendedor deve ter ciência do setor da economia que ele está pretendendo se inserir. Com base nisto a pesquisa identificou que o gestor A deixou clara a sua paixão pelo setor de alimentação, além disso, ele ressaltou que os 9 anos neste segmento trouxeram a experiência necessária para a sua escolha, o mesmo ainda ressaltou que uma mudança de segmento seria muito arriscada. Já o gestor B ressaltou que essa escolha se deu pela identificação com a fabricação de salgados e o potencial lucrativo que o segmento demonstrava ter.

Enquanto que, para o gestor C, foi a carência na área e a habilidade técnica que a sua esposa possuía para fabricar os produtos que o fizera optar por este setor, conciliando assim a sua habilidade técnica com a identificação da oportunidade de negócio. Ou seja, todos possuíam uma clareza empresarial e essa clareza se dava pelo domínio na fabricação dos produtos ou pela experiência de trabalho com o mesmo.

Com base nas afirmações citadas anteriormente, Gonçalves e Salgueiro (2017) discordam em parte dos entrevistados e ressaltam a importância de se empreender dentro do ambiente de necessidade e vice-versa, além disto, quando se trata da área alimentícia existe uma grande evidência dentro da economia nacional de que os empreendimentos e a opção pelo setor surgem pela necessidade, pela experiência prática com as atividades realizadas no mesmo e a consequente habilidade para tal, gerando assim empreendimentos sazonais e, também empreendimento muito bem consolidados.

Uma vez escolhido o tipo de negócio, a entrevista identificou que os gestores A, B e C não buscaram nenhum tipo de capacitação antes de abrir o mesmo, contudo, o gestor C logo após a abertura do seu empreendimento participou de alguns cursos que foram disponibilizados pelo SEBRAE, além de ter realizado a leitura de livros voltados para o RH. As respostas obtidas divergem de um ponto importante abordado por Dolabela (1999), que é o

fato de que as características empreendedoras podem ser adquiridas e/ou desenvolvidas através da capacitação e aprimoramento constante das suas habilidades empreendedoras que o auxiliarão na iniciação e consequente gestão do seu negócio.

Diante do cenário mercadológico pautado na concorrência que estas empresas estão inseridas, a prolongação e o sucesso são objetivos unânimes entre os empresários. Dentro desta perspectiva o gestor A atribui o sucesso do seu empreendimento a organização, a determinação, a inovação, a vontade de crescer e a querer oferecer sempre o melhor produto para o seu cliente. O gestor B acredita que este sucesso se dê ao bom atendimento e a qualidade dos seus produtos, enquanto que, para o gestor C este sucesso foi adquirido pela qualidade dos seus produtos, pelo bom atendimento prestado aos seus clientes e pela padronização das suas lojas que proporcionou uma boa apresentação das mesmas diante dos seus clientes.

A literatura aponta a ligação do perfil empreendedor com o sucesso do empreendimento, assim como afirma Cielo (2001), onde o mesmo ressalta a importância dos estudos que vem sendo realizados na área do empreendedorismo e que visam esclarecer a ligação dos perfis empreendedores ao êxito empresarial. Souza, Galhardo e Manoslescu (2007), orienta que os empreendedores devem buscar o desenvolvimento constante das suas habilidades, buscando uma formação adequada e a qualificação constantes para que os mesmos, juntamente com os seus empreendimentos, não se tornem obsoletos e nem percam o seu poder de competitividade diante dos seus concorrentes.

Já para Souza (2005, p.5), o sucesso ou mesmo a sobrevivência de uma pequena empresa depende principalmente do comportamento e das características pessoais que marcam os empresários inovadores. Comportamentos proativos que visam a não estagnação pessoal, empresarial e consequente perda de competitividade.

Para se obter sucesso o empreendedor deve se conhecer como pessoa e, principalmente, como gestor de uma empresa e da equipe que o mesmo irá liderar. Diante disto, os participantes deixaram claro, a partir das suas respostas, que uma boa administração, conhecimento do que se pretende fazer, dedicação, visão de mercado e decisões tomadas na hora certa foram as principais características mencionadas pelo gestor A para que o sujeito se torne um empreendedor bem-sucedido.

Já o gestor B informou que a fidelidade para com os seus funcionários e fornecedores, através dos seus compromissos honrados, foram as características que tornam um empreendedor bem-sucedido. Enquanto que, para o gestor C, o conhecimento acerca do tipo de empresa que se pretende abrir, além da visão de mercado foram as características mencionadas para que um potencial empreendedor seja bem-sucedido.

Utilizando estas afirmações fica evidente a discordância que as respostas obtidas têm para com a literatura, já que Fillion (2000) aponta algumas características que podem transformar um sujeito comum em um empreendedor bem-sucedido, dentre elas, podemos destacar os valores e a cultura empreendedora adquiridos por meio de contato com um modelo empreendedor durante a sua juventude, a experiência em negócios, a busca pela diferenciação, a forte intuição, o envolvimento pleno com o seu projeto, o trabalho constante e incansável, o espírito de liderança e o aprendizado constante.

Além disso, o empreendedor deve ser um líder que trabalhe em rede com moderação, tenha o seu próprio sistema de relações com os seus colaboradores, controlem o comportamento das pessoas que estão realizando as atividades e possuam o potencial de aprendizagem dentro dos seus próprios padrões.

Tão importante como se conhecer como potencial empreendedor e das características possuídas para atuar como tal, é ter a ciência do que seria uma gestão empresarial pautada no empreendedorismo. Com isso, a pesquisa constatou que, para o gestor A, a gestão empreendedora seria crescer dando oportunidades para os seus colaboradores crescerem juntamente com a empresa.

Enquanto que, para o gestor B, gestão empreendedora é algo desconhecido e para o gestor C, a gestão empresarial pautada no empreendedorismo é ter o controle total dos passos da empresa.

Além de ser uma realidade literária nova, a gestão empreendedora é de suma importância para as organizações e os seus gestores que desejam alavancar os seus negócios através da geração de lucros. Desta feita, Carneiro (2008) nos orienta e discorda dos entrevistados, afirmando que a gestão empreendedora se baseia no empreendedorismo e nas características que o empreendedor possui, possibilitando o alcance dos objetivos

organizacionais a partir de um conjunto de diretrizes e práticas que serão capazes de promover a perpetuação do negócio na era do conhecimento.

Ficando claro o vácuo existente entre as respostas obtidas e as que a literatura específica traz.

Dentro deste contexto Drucker (*apud* CARNEIRO, 2008, p.2), afirma que:

Essas práticas dizem respeito ao grau de receptividade à inovação; predisposição a ver a mudança como oportunidade e não como ameaça; foco no aprendizado contínuo e práticas de gestão diferenciadas em relação à estrutura organizacional e ao relacionamento com as pessoas que atuam na organização.

A gestão empreendedora se trata de um tema novo e isso ficou evidente com a discordância entre entrevistados e o que a literatura aponta como tal. O interesse na exposição do tema orientou a entrevista para saber como é realizada a gestão das empresas dos gestores em questão, com isso, o gestor A respondeu que existe uma maior autonomia para tomar decisões dentro das respectivas áreas de atuação, porém, as principais decisões são tomadas pelo proprietário em conjunto com os demais colaboradores, a saber: dois gerentes, dois chefes de cozinha e uma secretaria financeira.

Já na empresa do gestor B existe a centralização de todas as decisões do negócio e, devido ao porte da empresa, ele mesmo faz as vezes de gerente geral. Na empresa do gestor C o processo gerencial acontece a partir da seguinte divisão: o proprietário cuida da parte financeira que se divide em pagamentos e compras e a sua esposa trata da parte do marketing, do processo de produção e do lançamento de novos produtos, ficando a cargo de uma gerente fiscalizar as lojas para que as diretrizes repassadas pelos proprietários sejam postas em prática.

Dentro desta ótica organizacional, Carneiro (2008) discorda dos entrevistados e cita oito práticas de um modelo de gestão empreendedora que nos remete a um novo método de gestão baseada no empreendedorismo.

O autor foca na liderança com uma cultura de execução efetiva, eficiente e efetiva, o intraempreendedorismo com fonte de incentivo interno para com os seus colaboradores, a gestão por competências, a pauta na gestão fundamental do conhecimento que se busca e se adquire, a constata busca pela inovação, o estabelecimento de objetivos e metas a partir de um

planejamento estratégico prévio, a motivação dos colaboradores baseada numa política de remuneração variável e o constante investimento em tecnologia de informação.

Segundo o pensamento sistêmico que fora trazido por Carneiro (2008), estas práticas precisam estar devidamente enquadradas na cultura organizacional da empresa para que ela execute tais práticas em busca de uma gestão empreendedora eficiente e eficaz, ou seja, a empresa deve nascer direcionada neste sentido e a sua equipe deve seguir na mesma direção.

#### **4.2 Abordagem Quantitativa – Empreendedores**

Os quadros a seguir trazem os respectivos resultados obtidos a partir das respostas que os participantes da pesquisa forneceram mediante aplicação de um questionário que os colocaram diante de situações empresariais hipotéticas. Os resultados do quadro 1 coadunam com o as características basilares que todo aquele que deseja empreender deve possuir. Tanto é que ficou visível a tenacidade mesclada com uma imaginação ímpar, ou melhor, a obstinação, a persistência e a voracidade criativa para que seu empreendimento desse certo.

***Quadro 1: Características Comuns dos Empreendedores***

<b>Característica</b>	<b>Quantidade/Empreendedores</b>	<b>Percentual</b>
<i>Tenacidade</i>	3	100%
<i>Tolerância a ambiguidade/incerteza</i>	3	100%
<i>Bom uso de recursos</i>	3	100%
<i>Riscos Moderados</i>	3	100%
<i>Imaginativos</i>	3	100%
<i>Voltados para Resultados</i>	3	100%

***Fonte: Pesquisa realizada em dezembro de 2017.***

Já o quadro 2 direciona a pesquisa para as características que fazem as pessoas comuns se destacarem no cenário empresarial e se tornarem empreendedores bem-sucedidos através da sua diferenciação empresarial. Portanto, ficou constatado que os empreendedores não tiveram o repasse dos valores e da cultura empreendedora por parte dos seus familiares na sua infância, além de não possuírem experiência necessária para tocar o negócio e nem souberam responder o que seria trabalhar com uma rede com moderação. Ademais,

**Quadro 2: Características do Empreendedor Bem-sucedido**

<b>Característica</b>	<b>Quantidade/Empreendedores</b>	<b>Percentual</b>
<i>Valores e Cultura empreendedora</i>	3	33,3%
<i>Experiência em Negócios</i>	3	33,3%
<i>Diferenciação</i>	3	100%
<i>Intuição</i>	3	100%
<i>Envolvimento</i>	3	100%
<i>Trabalhadores</i>	3	100%
<i>Incansáveis</i>	3	100%
<i>Sonhadores Realistas</i>	3	100%
<i>Líderes</i>	3	100%
<i>Trabalham em Rede com Moderação</i>	3	33,3%
<i>Relação com Empregados</i>	3	100%

**Fonte: Dados da pesquisa (2018).**

Os resultados apontaram para uma paridade entre os entrevistados no que se diz respeito às características comuns aos empreendedores, contudo, houve uma ligeira discrepância em três características que diferenciam o empreendedor comum do empreendedor de sucesso, a saber: valores e cultura empreendedora, experiência em negócios e o trabalho com rede de moderação. Essa discrepância nos itens pesquisados não foi um diferencial preponderante que fizesse este, ou aquele empreendedor, ter um destaque maior no mercado patoense, uma vez que todos os participantes são detentores de empreendimentos devidamente estruturados nos seus respectivos segmentos do mercado.



Fato é que, Fillion (2000) já apontava tais características como fundamentais para que um empreendedor comum migrasse para um empreendedor de sucesso, tanto é que os entrevistados corroboraram com o autor em questão dando a pesquisa o devido suporte técnico-teórico a partir das suas experiências empreendedoras exitosas na cidade de Patos. Os empreendedores coadunam com o que Fillion (2000) nos orientou quanto empreendedor, que é o fato de todos terem identificados oportunidades únicas no mercado, assumindo os riscos que estavam pela frente, processando as informações colhidas para se tornarem produtos e que estes pudessem ser vendidos, gerando emprego, renda, além de lucros para os proprietários do capital.

### **5 Considerações Finais**

O empreendedorismo e as atividades realizadas pelos empreendedores têm uma grande importância na economia. Tão importante quanto empreender é saber empreender. Para isso, a literatura traz diversas características e diversos perfis que são intrínsecos do indivíduo empreendedor. Muitos perfis podem ser aprimorados e muitas características podem ser adquiridas ou devidamente aprimoradas para todo aquele que deseja se tornar um empreendedor bem-sucedido.

Este trabalho buscou analisar os perfis dos empreendedores gestores das empresas Alain Esfiharia, Sovelanche e Casa do Bolo Sertanejo, bem como as suas características, pautando em uma análise bibliográfica e nas pesquisas anteriormente realizadas o contraponto necessário para que os objetivos aqui elencados fossem devidamente alcançados. Buscou-se conhecer a história empreendedora dos participantes deste trabalho com o intuito de analisar os seus respectivos perfis empreendedores e usá-los como comparativo do que já se havia pesquisado.

Tais histórias evidenciaram o êxito que estas pessoas tiveram ao iniciarem seus negócios, saindo do anonimato para se tornarem referência empresarial nos seus respectivos segmentos. Contudo, ficou evidente, por parte dos participantes, o pouco conhecimento teórico sobre o tema que este trabalho se dispôs a pesquisar. Apesar de possuírem uma trajetória empresarial exitosa, os empreendedores destoaram na hora de conhecer as principais características dos empreendedores, bem como do que seria gestão empreendedora.

Ao serem analisados, os empreendedores mostraram fortes indícios do que a literatura denomina como “empreendedores bem-sucedidos”, além de possuírem todas as características comuns a todos os empreendedores. Esta evidência afirmativa foi constatada a partir da aplicação do questionário com as principais características que diferenciam um simples empreendedor de um empreendedor bem-sucedido. Situações empresarias hipotéticas foram colocadas para que os mesmos pudessem responder e só assim atestarem, ou não, a posse das características apontadas pela literatura.

Inovação, assunção de riscos, habilidade para atuar nos mais diversos cenários mercadológicos, energia, dedicação ao seu projeto, comprometimento e concentração para alcançar os objetivos traçados foram características latentes que foram observadas nos participantes. Esta constatação só foi possível graças a aplicação dos questionários e consequente resolução do estudo de caso, apontando assim para perfis empreendedores exitosos sem o devido conhecimento literário.

Fato é que, a literatura específica ao qual esta pesquisa fora regida, direcionou a referida análise demonstrando que muitas destas características são particulares de cada indivíduo e, muitas delas, foram adquiridas ao longo das suas vidas através do envolvimento com o mercado e as negociatas que o circunda. Contudo, ficou evidenciado, em cada participante, uma obstinação singular para empreender, uma visão aguçada do mercado a ser explorado, o foco na inovação dos seus produtos, a determinação para se buscar o sucesso dos seus empreendimentos, o trabalho incansável para que o seu negócio alcançasse os resultados desejados, o constante aprimoramento das suas habilidades, a renovação dos seus conhecimentos e a assunção dos riscos que permeiam a iniciação de um empreendimento.

A análise que fora realizada com o intuito de se conhecer o perfil e as características que os participantes possuem, nos direcionou para os indicadores mencionados anteriormente, sendo estes conhecidos a partir desta pesquisa e constatados através do estudo de caso. Dentro das características que o empreendedor comum possui, a saber: tenacidade, bom uso de recursos, imaginativos, tolerância diante da incerteza do mercado, assumem riscos moderados e voltam-se para resultados, os entrevistados concordaram com a literatura e sendo assim transcorreram nas respectivas características.

O destaque empresarial que estes empreendedores conquistaram na cidade de Patos-PB não foi um mero acaso ou sorte. Este trabalho apontou as principais características que os empreendedores possuem, sendo estas as principais responsáveis pelo êxito empresarial

conquistado ao longo das suas respectivas trajetórias no mundo dos negócios, segundo a literatura disponível sobre o assunto. Tal fato é que, as características apontadas como sendo dos empreendedores bem-sucedidos, a saber: valores e cultura empreendedora, diferenciação, experiência em negócios, intuição, envolvimento com o negócio, trabalho constante, incansáveis, sonhadores, líderes, trabalho com rede de moderação e boa relação com os colaboradores, não foram unanimidade entre todos, sendo os itens “valores e cultura empreendedora, experiência em negócios e trabalho com rede de moderação”, as únicas características ausentes.

Estas ausências se deram pela falta de uma vivência com parentes e amigos empreendedores que tem ou tiveram uma empresa, pela falta de experiência com o nicho de mercado que eles haviam escolhidos para ser explorado e por desconhecerem o que seria o trabalho com rede de moderação respectivamente.

No tocante a gestão organizacional empreendedora, foi unanimidade o desconhecimento entre todos os participantes sobre o tema abordado. Com isso fica claro a necessidade de se disseminar este tema tão importante através de consultorias, cursos, palestras e afins com o intuito de familiarizar o empreendedor com este tipo de gestão que só agrega nas suas empresas, uma vez que este tipo de gestão possibilita o alcance dos objetivos organizacionais, o ganho em competitividade, além de ser uma importante ferramenta estratégica.

O estabelecimento de um perfil específico no setor de alimentação na cidade de Patos-PB, usando os que aqui foram expostos e devidamente conhecidos, pode ser objeto de pesquisa para outros estudos, contudo, este trabalho trará uma contribuição preponderante para todo aquele que deseja empreender e se conhecer quanto empreendedor. Tal conhecimento poderá servir como norteador ao êxito das suas empreitadas no mundo dos negócios.

Tão gratificante quanto explorar um tema importante, singular e precioso, foi ter tido uma vivência literária com os autores do tema em questão. Conhecer a vida de pessoas comuns que sonharam e concretizaram seus sonhos, a partir da materialização dos seus negócios, foi uma experiência gratificante que me possibilitou a agregação de valores que até então eu não tinha vivenciado.

Anseio, com muita empolgação e gozo, que os temas “perfil empreendedor e gestão organizacional empreendedora” sejam objetos de pesquisas e passem a ter a devida atenção

acadêmica, pois, são temas que se ligam diretamente com a solidez da economia, sobre tudo com o desenvolvimento e o crescimento da mesma, uma vez que empreendimentos saudáveis proporcionam a geração de emprego e renda para as populações.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, E. R. Empreendedorismo e características comportamentais dos empreendedores. Disponível: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/empreendedorismoecaracteristicas-comportamentais-dos-empresarios/38277/>>. Acesso em: 06 de Ago. 2017.

BARBOSA, Livia. *Comida e Sociabilidade no prato do brasileiro. IN: Consumo, cosmologias e sociabilidades. Rio de Janeiro, Mauad X, 2009. — \_\_\_\_\_ . Feijão com arroz e Arroz com feijão. O Brasil no prato dos brasileiros. Horizontes antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, jul-dez 2007. —. Relatório Brasil Food Trends 2020. São Paulo, 2011.*

CAIRES, J. C; BERNADO, E. Da Silva. **Gestão empreendedora - O santo de casa precisa fazer milagres.** Disponível em: <[http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm\\_2517.pdf](http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_2517.pdf)>. Acesso em: 07 Ago.2017.

CARNEIRO, J. G. S. P. A Gestão Empreendedora como fator de sucesso nas organizações empresariais. Fortaleza, 2008.

CARVALHO, Raimundo Nonato. **Empreendedorismo: importância econômica e social.** Disponível em:< <https://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>>. Acesso em: 09 nov, 2017.

CIELO, I. D. **Perfil do Empreendedor: Uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão.** 2001. 128p. Dissertação (Pós-graduação em engenharia da produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

COSTA, A. M., CERICATO, D., MELO, P. A. O empreendedorismo corporativo como estratégia na gestão em organizações contemporâneas. **Anais ... ENEGEP – XXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção.** Porto Alegre, 2005.

DA SILVA, A. C. A. **Perfil Empreendedor: As principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso.** 2014. 35p. Monografia (Trabalho de conclusão de curso) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas - FATECS, Brasília, 2014.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 1ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 319p.  
DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. 1. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2003. \_\_\_\_\_ **Oficina do Empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999ª.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 293p.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. 1ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003. 378p.

EPELBAUM, Michel. A influência da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial. 2004. 190 p. Dissertação (Mestrado) – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Departamento de Engenharia de Produção. São Paulo, 2004.

ESTILO VEGAN. **Vegano e vegetariano: quais as diferenças?**. Disponível em:< <https://estilovegan.com.br/vegano-e-vegetariano-quais-as-diferencas/>>. Acesso em: 10 nov, 2017.

FARIAS, E. **Planejamento na gestão empreendedora**. 2009. Disponível em: <<http://www.edvaldodefarias.com/planejamentoegestaoempreendedora.ppsx>>. Acesso em: 07 Ago. 2017.

FEIRA DO EMPREENDEDOR. **O empreendedorismo que se transforma com sustentabilidade**. Disponível em:< <http://feiradoempreendedorpb.com.br/>>. Acesso em: 09 nov, 2017.

FILARDI, Fernando; Delarissa Barros, Filipe; Fischmann, Adalberto Américo: **DO HOMO EMPREENDEDOR AO EMPREENDEDOR CONTEMPORÂNEO: EVOLUÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DE 1848 A 2014**. Revista Ibero Americana de Estratégia, vol. 13, núm. 3, julho-setembro, 2014, pp. 123-140, Universidade Nove de Julho, São Paulo, Brasil.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho 1999. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/18122/empreendedorismoempreendedores-e-proprietarios-gerentes-de-pequenos-negocios>>. Acesso em: 04 Ago. 2017.

FILLION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. São Paulo: RAE - Revista de Administração de Empresas / EAESP / FGV. Jul/Set2000.

FILION, L. J. Vision et relations: clefs du succès de l'entrepreneur. Montréal : Éditions de l'entrepreneur, 1991.

GESTÃO. Dicionário online informal. 27 jun. 2011. Disponível em:<  
<http://www.dicionarioinformal.com.br/gest%C3%A3o/>>. Acesso em: 07 Ago. 2017.  
GONÇALVES, Patrícia. SALGUEIRO, Paulo. **Da necessidade para a oportunidade: o empreendedorismo no setor alimentício.** Revista Semioses, Rio de Janeiro, v. 11, n. 01, 2017. Disponível em:<  
<http://apl.unisuam.edu.br/revistas/index.php/Semioses/article/view/1981996X.2017v11n1p47/855>>. Acesso em: 10 nov, 2017.

GONDIM, S. M.; FISCHER, T. O discurso, a análise de discurso e metodologia do discurso do sujeito coletivo na gestão intercultural. **Caderno Gestão Social**, Salvador, v. 2, n. 1, p. 9-26, set./dez. 2009.

GROSS, Mariana. **Número de empreendedores no país cresce mais de 40% nos últimos anos.** Disponível em:<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2013/03/numero-de-empresarios-cresce-mais-de-40-nos-ultimos-anos.html>. Acesso em: 09 nov, 2017.

GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA. **Empreender-PB prepara feiras de empreendedorismo em quatro municípios paraibanos.** Disponível em:<  
<http://paraiba.pb.gov.br/empreender-pb-prepara-feiras-de-empresarios-em-quatro-municipios-paraibanos/>>. Acesso em: 09 nov, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Nordeste, 2014. Disponível em:<  
<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014-nordeste.pdf>>. Acesso em: 08 nov, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil, 2016. Disponível em:<  
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 07 nov, 2017.

Hisrich, P. Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital: the foundations of economic renaissance, (org.: Robert D. Hisrich). Lexington Books, 1986, pp. 18-25.

LEITE E. F. O fenômeno do empreendedorismo e as empresas de base tecnológica. in: SOUZA, Eda C. L. de (Org). Empreendedorismo: competência essencial para pequena e médias empresas. Brasília: Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (Anprotec), 2000.

OLIVEIRA, Dilson, GUIMARÃES, Liliane. Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/Sebrae em questão. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/28>>. Acesso em: 06 Ago. 2017.

PARDINI, D. J., SANTOS, R. V. Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação. **Revista de Administração da FEAD-Minas**, v. 5, p. 157-172, 2008.

PEREIRA, Hélio Araújo. Programa empreender individual/PB: estudo da efetividade à luz da avaliação de programas sociais. 2015. 114p. Dissertação (Obtenção do título de mestre em Administração) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

Shumpeter, J. *The theory of economic development*. Harvard University Press, 1949.

SILVA, Roberto Gregório Júnior (org); Empreendedorismo Tecnológico. Paraná: IEP, 2009.

SOUZA, E. C. L; GUIMARÃES, T. A. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2006. 259p.

SOUZA, L. B., GALHARDO, H. M., MANOLESCU, F. M. **Empreendedorismo e o perfil do empreendedor no mundo globalizado**. XI Encontro Latino Americano de Iniciação científica e VII Encontro Latino Americano de Pós-graduação. Universidade Vale do Paraíba, p. 2438-2441, 2007.



UNGER, Roberto Manguiera. **O desenvolvimento do Nordeste como projeto nacional.** Disponível em:< <http://www.robertounger.com/pt/wp-content/uploads/2017/01/o-desenvolvimento-do-nordeste-como-projeto-nacional.pdf>>. Acesso em: 08 nov, 2017.

WAINER, Jacques. Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a ciência da computação. Em *Atualizações em informática 2007*. Sociedade Brasileira de Computação.

**APÊNDICE – PERGUNTAS UTILIZADAS PARA A REALIZAÇÃO DA ENTREVISTA E CONSEQUENTE COLETA DE DADOS JUNTOS AOS PARTICIPANTES DA PESQUISA.**

1. Por que você decidiu abrir este empreendimento?
2. Você recorreu a algum tipo de suporte financeiro para abrir o seu negócio?
3. Você obteve ajuda de amigos de outras pessoas para colocar a sua ideia em prática?
4. Quando você teve a ideia de abrir o negócio, quais foram os principais fatores que lhe influenciaram a seguir em frente com essa ideia?
5. Você era empregado antes de abrir seu negócio?
6. Qual o seu nível de escolaridade?
7. Você conhece algum programa de incentivo ao empreendedorismo no Brasil ou na Paraíba?
8. Você se considera importante para a economia nacional? Porquê?
9. Porque você optou pelo setor de alimentação?
10. Você buscou algum tipo de capacitação antes de abrir seu empreendimento?
11. A que você atribui o sucesso do seu empreendimento ao longo destes anos?
12. Que características e habilidades você considera importantes para uma pessoa tornar-se um empreendedor bem-sucedido?
13. Para você, o que seria uma Gestão Organizacional Empreendedora?
14. Como é realizada a gestão do seu negócio?
15. Quais são as características mais frequentes atribuídas a você enquanto empreendedor?
  - Características do empreendedor comum:
    - Apresentam tenacidade (perseverante, persistente, obstinado e insistente)
    - Possuem capacidade de tolerar ambiguidade e incerteza;
    - Fazem bom uso de recursos;
    - Correm riscos moderados;
    - São imaginativos;
    - Voltam-se para resultados;

- Características de empreendedores bem-sucedidos:

- Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com, pelo menos, um modelo empreendedor durante a sua juventude;
- Experiência em negócios;
- Diferenciação;
- Intuição (Pressentimento, capacidade de prever, de adivinhar: ter a intuição do futuro).
- Envolvimento;
- Trabalhadores;
- Incansáveis;
- Sonhadores realistas (visionários);
- Líderes;
- Trabalham em rede com moderação;
- Têm o seu próprio sistema de relações com os empregados;