



O PERFIL DO EMPREENDEDOR NO SETOR ALIMENTÍCIO DA ZONA SUDESTE DE TERESINA-PI

Área temática: Gestão Estratégica e Organizacional

Bruna Brandão Lima

bruna.brandao.lima@hotmail.com

Luana de Oliveira Alves

admluanaalves@gmail.com

Élita Martins de Andrade

elitamartinsandrade@gmail.com

Allen da Costa Araújo

allenadm@gmail.com

Resumo: *Com tantas mudanças no cenário mundial, a pressão do mercado vem aumentando muito, e a exigência não é apenas de possuir bons líderes, para obter sucesso se faz necessária a figura do “empreendedor” que são capazes de desenvolver ações e visões para o sucesso de seus negócios. Tendo em vista a grande importância do estudo do empreendedorismo este trabalho preocupa-se em responder: Qual a importância do perfil empreendedor na condução de negócios no setor alimentício? E assim o objetivo geral consiste em ressaltar a importância do perfil empreendedor para a gestão dos negócios. Para tanto utilizou-se da pesquisa bibliográfica baseada em autores como Fillion (1999), Drucker (1987) DORNELAS (2008), os dados foram obtidos através de pesquisa de campo com o uso de entrevistas semiestruturadas. A pesquisa é de natureza exploratória-descritiva com adoção do método qualitativo. Como resultado constatou-se que a forma de conduzir o negócio está diretamente ligada às características dos empreendedores e o modelo de gestão descentralizado vem sendo cada vez mais adotado pelos empreendedores de micro e pequenas empresas. Diante do dinamismo econômico e social que o empreendedorismo local proporciona recomenda-se novos estudos no campo do empreendedorismo no setor alimentício e sugere-se novas pesquisas voltadas para o desenvolvimento socioeconômico através da ação empreendedora.*

Palavras-chaves: *Empreendedorismo, Perfil Empreendedor, Modelos de Gestão.*

1. INTRODUÇÃO

Diante de tantas mudanças no cenário empresarial, provocadas por vários fatores, principalmente de ordem tecnológica, a pressão do mercado vem aumentando muito e a exigência não é apenas de possuir bons líderes para obter sucesso, é necessário desenvolver visões e ações que permitam perceber as oportunidades e ameaças do mercado. Essas percepções são características bem atuantes em pessoas com “espírito empreendedor”.

Conforme Dornelas (2008), a ideia de empreendedorismo é como algo que envolve as pessoas ao processo e em conjunto levam a transformação de ideias em oportunidades. Com isso, implementando de forma correta, acarreta a criação de negócios de sucesso.

O empreendedorismo está intimamente ligado a geração e manutenção das MPE (micro e pequenas empresas) elemento fundamental para a economia do país, pois estas são grandes geradoras de emprego e renda. O Estudo da Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas empresas (SEBRAE,2014) revelou que em relação ao número de empresas as MPE representaram, em 2011, nas atividades de serviços e de comércio, respectivamente, 98% e 99% do total de empresas formalizadas; em relação ao emprego, as MPE representavam 44% dos empregos formais em serviços, e aproximadamente 70% dos empregos gerados no comércio.

Existe uma preocupação por parte do SEBRAE, em motivar e auxiliar esses empreendedores a passarem seus empreendimentos da informalidade, uma vez que muitos começam dessa forma para passar a formalidade, de modo a fortalecer e desenvolver a economia local, pois a partir dessas pequenas empresas há uma diminuição significativa na taxa de desemprego e um aumento no fornecimento de serviços e produtos.

Tendo em vista a grande importância do estudo do empreendedorismo, este trabalho preocupa-se em responder: Qual a importância do perfil empreendedor na condução de negócios no setor alimentício? Dessa forma, o objetivo geral consiste em ressaltar a importância do perfil empreendedor para a gestão dos negócios.

No mercado atual tem-se percebido que impactos significativos no mercado são resultantes de ações empreendedoras e este artigo abordará o assunto exemplificando a importância da formação deste empreendedor através de situações reais. A pesquisa realizada aborda empreendedores do mercado alimentício de Teresina localizados na região sudeste.

A região sudeste fora escolhida, por se tratar de uma região em constante expansão que vem se desenvolvendo muito nos últimos anos e logo se percebe um movimento em diversos setores, atraindo vários empresários.

Muitos empreendedores de “primeira viagem” investem seus rendimentos na implementação de negócios na região. É válido, uma vez que há uma efervescência de novos empreendimentos locais, um estudo sobre o impacto do perfil desses empreendedores sobre a sustentabilidade de seus estabelecimentos, os quais geram um significativo impacto social ao se expandirem contribuindo para a movimentação da economia gerando cada vez mais emprego e renda.

Este artigo está dividido da seguinte maneira: A primeira parte consiste na contextualização do tema empreendedorismo feita através da introdução do trabalho, em segundo temos a apresentação do referencial teórico com o objetivo de relatar brevemente sobre os principais conceitos e características do empreendedorismo bem como o perfil. Posteriormente será apresentada a metodologia utilizada na pesquisa, o campo de análise e os métodos de coleta de dados. Para finalizar será exposta a análise dos dados e as considerações finais feitas através do estudo, assim como sugestões para novas pesquisas.

2 REFERENCIAL TEORICO

2.1 Empreendedorismo: contexto geral

Atualmente a prática da atividade do empreendedorismo é muito comum, mas não é de hoje que essa atividade veio transparecer. Suas raízes têm origem francesa e está ligada à inovação e assumir riscos.

De acordo com Vasconcellos (2008) no século XVII, ocorreu a primeira forma de relação do empreendedorismo com assumir riscos, quando o empreendedor fazia um acordo com o governo para realizar algum tipo de serviço. Já no século XVIII, o empreendedor sofreu uma diferenciação do termo capitalista devido a industrialização que ocorria no mundo. Fillion (1999), diferenciou o empreendedor como sendo o indivíduo que assume riscos e o capitalista o que fornece o capital. Já no século XX o administrador foi confundido com o empreendedor, o que acontece até mesmo nos dias atuais, eram analisados, economicamente, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações na organização.

No Brasil, no final da década de 1990, a atividade do empreendedorismo se intensificou mais devido à preocupação com a criação das pequenas empresas duradouras, a necessidade de diminuição das altas taxas de mortalidade dos empreendimentos, além disso, muitas empresas tiveram que procurar meios para aumentar a competitividade, reduzir custos, por conta do fenômeno da globalização, e assim conseguir manter-se no mercado.

E o movimento ainda aumentou mais sua força no País com o surgimento do SEBRAE e Softex (Sociedade Brasileira para exportação de Software), o que impulsionou as pessoas a terem iniciativa maior quanto a empreender. (DORNELAS, 2008).

Conforme Vasconcellos e Wilkinson (2008), o empreendedorismo se trata de um tema popular e antigo, existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e a natureza nas organizações. As definições do tema são diversas, mas todas muito semelhantes no que diz respeito à inovação, aliada a força de vontade e a busca por resultados.

No cenário econômico e social brasileiro atual com o avanço tecnológico, muitas pessoas estão aderindo à prática do empreendedorismo na busca por melhores oportunidades. Elas estão a cada dia criando novas relações de trabalho, novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Os empreendedores são os grandes artifices do desenvolvimento econômico e social, especialmente quando são gestores de seus próprios negócios. Podemos dizer que o empreendedorismo é um comportamento criativo, capaz de correr riscos e orientado para o crescimento. Um indivíduo que corre riscos agarra oportunidades, está constantemente criando ideias de novos produtos ou serviços, estão indo no caminho rumo ao empreendedorismo que está cada vez mais crescente e rico em diversidade no Brasil.

Dolabela (1999, p.43) traduz a origem da palavra empreendedorismo: “é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”. Ainda cita que essa palavra é usada para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas seja na transformação de conhecimento em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização etc.

Conforme Dornelas (2008), a ideia de empreendedorismo é como algo que envolve as pessoas ao processo e em conjunto levam a transformação de ideias em oportunidades. Com isso, implementando de forma correta, acarreta a criação de negócios de sucesso.

Filion (1999, p. 19), quando fala sobre o empreendedor ressalta sua criatividade para detectar oportunidades de negócios:

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Traçando um paralelo com o pensamento dos autores onde apesar destes serem de épocas diferentes e distantes, mas a essência do conceito de um período ao outro não mudou muito. O significado do termo empreendedorismo, para todos, está relacionado à inovação, à transformação do conhecimento em ideias e geração de novas oportunidades de negócios, porém em outros termos utilizados por cada autor, os quais foram importantíssimos para a história e início dessa atividade, que trouxe tantos benefícios para quem as pratica e para quem usufrui de seus serviços.

2.2 PERFIL EMPREENDEDOR

Quando se fala em perfil empreendedor faz-se referência às características individuais que levam uma pessoa a empreender, isto é, a própria identificação dos traços de personalidade que induzem o comportamento empreendedor.

Drucker(1986) apresenta algumas características que identificam o comportamento de um empreendedor que merecem destaque a saber: busca de mudanças; capacidade de inovar; senso de missão; estabelecimento da cultura.

Filion (1999) faz menção às características mais comuns atribuídas aos empreendedores pelos comportamentalistas através do quadro abaixo:

Características mais Frequentes Atribuídas aos Empreendedores pelos comportamentalistas		
Inovação	Otimismo	Tolerância a ambiguidade e à incerteza
Liderança	Orientação para resultados	Iniciativa
Riscos moderados	Flexibilidade	Capacidade de aprendizagem
Independência	Habilidades 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: Fillion (1999)

Várias são as características que formam um comportamento empreendedor, nem todos nascem com elas e muitos podem desenvolver na prática, vivenciando o gerenciamento de seus negócios. A junção de algumas dessas características seria o importante para o desenvolvimento da gestão no negócio.

Outra característica bastante importante é a iniciativa, pois o empreendedorismo é bastante ligado ao risco e depende da capacidade de iniciativa do empreendedor para o alcance do sucesso. Para Filion (1999, p. 7), ainda não se chegou ao ponto de poder-se avaliar uma pessoa e então afirmar, com certeza, se ela vai ser bem-sucedida ou não como empreendedora. Entretanto, pode-se dizer se ela tem as características e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores.

Não é possível formar um perfil comum entre os empreendedores, pois cada indivíduo é formado através de uma história em um contexto diferente podendo ser moldado através de fatores externos e internos.

2.3 MODELOS DE GESTÃO

O termo modelo deriva do italiano *modello* e significa padrão é uma representação simplificada de algo do mundo real. Gestão vem do latim *gestio, ãnis* e significa ato de gerir/ administrar. Gestão é a ação de dirigir, coordenar, controlar.

Unindo os dois termos significa verificar o método padrão utilizado pelo gestor de uma empresa para administrar as ações dentro dela.

De acordo com Crozatti (1998) o modelo de gestão é produto do subsistema institucional, que representa as principais determinações, vontades e expectativas do proprietário ou principal gestor, de como as coisas devem acontecer na empresa. Ainda na visão desse mesmo autor o modelo de gestão é o conjunto de normas e princípios que devem orientar os gestores na escolha das melhores alternativas para levar a empresa a cumprir sua missão com eficácia.

O modelo de gestão adotado deverá estar interligado com a cultura organizacional, é através dela que se estabelece onde está a empresa no momento presente (Missão) e onde se quer chegar (Visão), e o gestor irá conduzir o gerenciamento da empresa através de seus valores.

De acordo com Catelli apud Crozatti (1998), o modelo de gestão é produto do subsistema institucional, que representa as principais determinações, vontades e expectativas do proprietário ou principal gestor, de como as coisas devem acontecer na empresa.

Crozatti (1998), apresenta as principais características do modelo de gestão:

- É o principal formador da cultura organizacional;
- Determina as linhas de poder;
- Estabelece as principais formas de ação na empresa;
- Determina a importância das coisas, ao estabelecer os critérios de análise de desempenho.

O modelo de gestão será o responsável pela interação das partes de uma empresa, ou seja, todas as estratégias e decisões do gestor impactará nas demais áreas da organização. Pode-se dividir o modelo de gestão em dois: Centralizado e Descentralizado. Chiavenato (2003), diz que centralização ocorre quando a autoridade para tomar decisão está alocada no topo da organização, ou seja, no presidente/diretor da empresa, já a descentralização é deslocada para níveis mais baixos.

Parisi (2011) apresenta as principais diferenças entre o modelo de gestão centralizado e descentralizado através do quadro abaixo:

MODELO TRADICIONAL COM GESTÃO CENTRALIZADA	MODELO ECONÔMICO COM GESTÃO DESCENTRALIZADA
Processo decisório tende a ser centralizado	Processo decisório descentralizado
Funções decorrentes da estrutura organizacional e responsabilidades não claramente identificadas (áreas nebulosas)	Funções e responsabilidades decorrentes da missão (da empresa e da área específica do gestor)
Autoridade decorrente da delegação informal de poder	Autoridade compatível com as funções e responsabilidades
Estilo individualista (visão feudal das áreas da empresa)	Estilo participativo (busca integração)
Postura burocrática	Postura empreendedora (faz acontecer)
Papel de “tecnocrata” do empreendimento sob sua responsabilidade	Papel de “dono” do empreendimento sob sua responsabilidade
Processo de gestão centralizado	Processo de gestão que abrange: planejamento estratégico, planejamento operacional, execução e



	controle; orientado à otimização do resultado econômico
Avaliação de desempenho baseada em indicadores da gestão operacional, tais como: faturamento, saldo de caixa, custos, volumes físicos, rejeição de peças (qualidade), quantidade de devoluções, níveis de estoque, satisfação do cliente, benchmarking etc.	Avaliação de desempenho baseada no desempenho econômico

Fonte: Adaptado de Parisi (1999) apud Parisi (2011)

É fato que hoje a maioria das empresas vem adotando um modelo mais descentralizado, embora algumas com traços mais tradicionais. A questão é que cada empresa possui uma realidade diferente e cabe ao administrador saber trabalhar com um modelo que atenda as necessidades da empresa, pois uma boa gestão vem cada vez mais se tornando um fator de sucesso para as organizações, já que a maioria delas além de visarem o lucro buscam uma forma cada vez mais eficiente de redução de custos. Além disso, é fundamental que os gestores consigam manter as informações das diversas áreas da empresa integradas evitando assim a necessidade de uma gestão por improvisos.

3 METODOLOGIA

A metodologia empregada para a realização da pesquisa em estudo é exploratória e descritiva, exploratória, pois seu principal objetivo é aprimorar ideias, buscar informações sobre o desenvolvimento de empreendedores locais, identificando um problema para o estudo da pesquisa, e descritiva pois busca analisar um problema sem que haja a manipulação dos dados obtidos. Conforme Koche (2010), a pesquisa descritiva estuda as relações entre duas ou mais variáveis de um dado fenômeno sem manipulá-las.

Para o desenvolvimento da pesquisa serão utilizados dois métodos: o primeiro sendo bibliográfico, pois fez-se necessário um estudo aprofundado do assunto para a fundamentação teórica do trabalho, o segundo método será a pesquisa de campo com o uso de entrevistas semiestruturadas permitindo assim um prévio roteiro, mas com abertura para novos questionamentos.

Após coletar os dados da pesquisa, será realizada uma análise e interpretação destes, objetivando a solução do problema em questão. A interpretação dos dados coletados será através do método qualitativo. Conforme Rodrigues (1966) a pesquisa qualitativa não emprega procedimentos

estatísticos, ela lida com interpretações das realidades sociais, sendo seus dados informados através de textos. Esse tipo de pesquisa é utilizada para descrever a complexidade de uma determinada hipótese, analisar a interação entre as variáveis, interpretar dados, fatos e teorias para assim serem compreendidas.

O universo de pesquisa escolhido foram empreendedores no setor alimentício da zona Sudeste da cidade de Teresina-PI. A amostra é composta por dez empreendedores sendo realizada com os proprietários das empresas os quais iremos tratar com a simbologia de Empreendedor A, B, C, D, E, F, G, H, I e J. Os principais pontos abordados nas entrevistas para análise do estudo foram: as características importantes para a condução do negócio, as motivações dos empreendedores e o modelo de gestão.

A zona sudeste fora escolhida como local de amostra para a presente pesquisa, pois apesar de ser uma zona mais afastada do centro, é considerada a maior região da cidade de Teresina e possui um dinamismo que vem atraindo muitos comerciantes. Região de grande expansão comercial que movimenta muito dinheiro e vem gerando um forte crescimento socioeconômico. O setor alimentício é um dos mais crescentes, bem como o setor de vestuário e de entretenimento.

4 ANALISE DOS RESULTADOS

Empresas	Caracterização e atuação da empresa
Empreendedor A	Está no mercado há 6 anos, primeiramente o foco era bebidas, mas com o tempo montou um <i>self-service</i> . São 10 funcionários
Empreendedor B	Está no mercado há 20 anos, o proprietário já possuía experiências com o ramo.
Empreendedor C	Está no mercado há 12 anos, inicialmente era apenas um ponto de venda de guaraná da Amazônia depois expandiu para um restaurante. Conta com 15 funcionários.
Empreendedor D	15 anos de atuação, empresa familiar estruturada com 40 filiais espalhadas pela cidade de Teresina-PI. 15 funcionários na filial da região analisada.
Empreendedor E	10 anos de atuação, empresa com 4 filiais na cidade. Expandiu para a região percebendo o seu potencial. 15 funcionários na filial da região analisada.
Empreendedor F	5 anos de atuação, o empreendimento foi idealizado através da experiência do proprietário em um restaurante em São Paulo, trouxe o nome para Teresina. Total de 20 funcionários.
Empreendedor G	1 ano de atuação na zona Sudeste, o empreendimento já existia em outro bairro da cidade, os proprietários perceberam grande oportunidade na região. Sua estrutura conta com apenas 3 funcionários.
Empreendedor	12 anos de atuação, o empreendimento familiar teve início ocasional, inicialmente o proprietário geria uma joalheria cujo os negócios não iam bem,

H	após perceber nesse seguimento uma oportunidade realizou um empréstimo e abriu uma pizzaria. Conta hoje com 15 funcionários.
Empreendedor I	3 anos no mercado. A empresa começou de forma popular como uma sorveteria, após descobrir a oportunidade de aquisição de um ponto com boa localização na região, a empreendedora resolveu investir em outro setor no ramo alimentício. Possui apenas 5 funcionários.
Empreendedor J	10 anos de atuação. A empresa que já atuava com outras filiais na cidade de Teresina, quando perceberam o potencial da zona Sudeste e investiram em mais um ponto na região. Sua estrutura conta com 10 funcionários na filial.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Para melhor compreensão da caracterização dessas empresas organizou-se um quadro, acompanhe a seguir:

Quadro 1: Caracterização e atuação da Empresa
Fonte: os autores

Conforme o quadro acima percebe-se que a maioria possui uma média de existência de pelo menos 10 anos no mercado, o que revela que esses empresários tem conseguido sobreviver num mercado que está cada vez mais competitivo, com novos entrantes a cada ano.

Casos diferentes dos demais quanto ao tempo de existência são apenas três os empreendedores F, G, I, que apesar de pouco tempo já possuíam experiências anteriores com o ramo de alimentação.

Sobre às razões indicadas para criar uma empresa, as pesquisas em empreendedorismo por vezes separam a motivação principal para criar um novo negócio entre “por oportunidade” ou “por necessidade”, ou, em outras palavras, voluntários e involuntários (FILION, 1999). Reynolds Bygrave e Autio (2004) cita também que, por exemplo, nos estudos do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) utiliza-se essa mesma sistemática. Nesta pesquisa observa-se que a grande maioria já com experiências no ramo decidiram abrir suas empresas no ramo alimentício pela oportunidade que enxergaram do negocio em si, como também da região onde se estabeleceram, pois se trata de um local que vem crescendo muito nos últimos anos e tem atraído muitos comerciantes em torno.

A oportunidade levou alguns desses empresários a criarem sua empresa, como exposto acima. Segundo o empreendedor G “a localização de nossa empresa foi pensada de acordo com a visão de crescimento da região, estamos aqui há um tempo e percebemos o quanto a região cresceu e trouxe oportunidades para o negócio”. O empreendedor E revelou: “decidimos investir no ponto depois de

várias solicitações de cliente e por se tratar de uma região muito movimentada e com grande potencial de crescimento”.

4.2 O PERFIL DOS EMPREENDEDORES

No segundo momento da entrevista o objetivo foi a identificação do perfil do empreendedor de acordo com as características comportamentais atribuídas por Fillion (1999) abordado em nosso referencial. Segue quadro abaixo:

Empresas	Perfil do empreendedor
Empreendedor A	Liderança, flexibilidade e capacidade de aprendizagem, iniciativa
Empreendedor B	Capacidade de aprendizagem, riscos moderados, orientação para resultados, agressividade, iniciativa
Empreendedor C	Necessidade de realização, otimismo, capacidade de aprendizagem, inovação, energia, riscos moderados, flexibilidade, autoconfiança, iniciativa
Empreendedor D	Agressividade, orientação para resultados, energia, flexibilidade, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança, iniciativa
Empreendedor E	Inovação, otimismo, flexibilidade, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança, iniciativa
Empreendedor F	Capacidade de aprendizagem, inovação, energia, riscos moderados, autoconfiança, iniciativa
Empreendedor G	Capacidade de aprendizagem, inovação
Empreendedor H	Inovação, iniciativa, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança
Empreendedor I	Energia, otimismo, inovação, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança, iniciativa
Empreendedor J	Capacidade de aprendizagem, inovação, necessidade de realização, riscos moderados, flexibilidade, tendência a confiar nas pessoas, auto confiança, iniciativa

Quadro 2: Perfil dos Empreendedores
Fonte: os autores

Drucker (1986) considera a inovação como o instrumento pelo qual os empreendedores exploram mudanças como oportunidades para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor C relata: “busco inovar nos serviços promovendo eventos, promoções em datas comemorativas,

investimento em marketing e propaganda para aumentar a clientela.” Já o empreendedor I explorou esse conceito de mudança em serviço quando afirma que: “comecei de forma popular com uma sorveteria após surgir um ponto para a empresa na avenida mais movimentada, logo abri uma pizzaria que proporcionou aumento nas vendas e lucratividade”.

A autoconfiança é outro elemento primordial para o desenvolvimento do empreendedorismo, quanto a isso Kornijezuk (2004) fala que tal característica refere-se à percepção que o empreendedor tem dele mesmo. O empreendedor F por exemplo, fala: “estamos numa fase boa, estamos expandindo bem, apostamos no atendimento, entretenimento e diferencial no mercado”.

Quando perguntados sobre a característica necessidade de realização, os entrevistados responderam conforme o quadro a seguir:

SIM	NÃO
D, E, F, H e J	A, B, C, G e I

Quadro 3: Necessidade de Realização
Fonte: os autores

Sobre isso Benedetti, Carvalho e Daros (2005) falam que os estudos dos comportamentalistas procuram relacionar a necessidade de realização do empreendedor com o sucesso dos negócios. O quadro 3 mostra que neste estudo essa teoria foi provada, pois entre os dez empreendedores entrevistados, os quatro que responderam já sentirem-se realizados, D, F, H e J, são justamente aqueles que já estão equilibrados no mercado, todos contam com mais de uma filial dentro da cidade e estão em constante expansão. Já as empresas A, B, C, G e I que responderam não se sentir realizado são restaurantes que estão com apenas uma filial, e estão em busca de expansão seja ela interna ou externa.

A liderança nesse estudo foi trabalhada como um modelo de autoridade máxima, um comando único dentro da organização. Dessa forma obteve-se como resultado apenas um empreendedor que utiliza-se dessa liderança, o empreendedor A, que revela: “quando se trata em tomada de decisões todas elas são tomadas por mim, que delego todas as funções e dirijo toda a empresa”. Contrário a isso, outros empreendedores revelaram ser mais aberto quanto as decisões com tendência em confiar nas pessoas, afirmaram que sempre contam com pelo menos uma pessoa de sua total confiança para auxiliar nas rotinas administrativas em sua ausência.

Há características que foram encontradas de forma mais tímida como: otimismo, riscos moderados e energia, por se tratar de um comportamento direcionado ao momento em que cada empreendedor vive.

Assim segue um resumo das características mais evidenciadas no perfil dos empreendedores através do quadro a seguir:

Características Empreendedoras	Número de empresas
Iniciativa	9
Inovação	7
Autoconfiança	7
Necessidade de realização	6
Flexibilidade	5
Tendência a confiar nas pessoas	5
Otimismo	3
Riscos Moderados	3
Energia	2
Liderança	1

Quadro 4: Características empreendedoras
Fonte: os autores

4.3 GESTÃO

No estudo foram abordados dois tipos de modelo de gestão, o centralizado e o descentralizado. Parisi (2011) apresenta essa distinção quando fala que a gestão centralizada vem de um estilo individualista (visão feudal das áreas da empresa), e na gestão descentralizada trata-se de um estilo participativo (busca integração).

Para efeito de estudo do modelo de gestão dos empreendedores foi perguntado de que forma é feita a tomada de decisão, se eles administram sozinho ou se contam com um funcionário ou alguém da família, as respostas foram as seguintes:

PROCESSO DECISÓRIO CENTRALIZADO	PROCESSO DECISÓRIO DESCENTRALIZADO
A, B e G	C, D, E, F, H, I e J

Quadro 5: Modelo de gestão dos restaurantes
Fonte: os autores

O quadro 5 revela que a maioria dos empreendedores seguem um modelo de gestão descentralizado facilitando, portanto, a rotina da empresa. A empresa E afirma “nossa administração é dividida entre o proprietário e os gerentes e apesar de eu não estar acompanhando cada filial todos os dias, posso contar com a ajuda dos gerentes que facilitam o trabalho”. A empresa J fala: “o modelo de gestão de cada filial fica a cargo de seu gerente, cada uma em particular com sua realidade diferente”.

Já as empresas A, B e G que seguem um modelo de gestão centralizado, se mostraram mais tradicionais, seguindo um modelo mais burocrático e individualista, onde todas as operações da rotina administrativa deve passar pelo administrador/proprietário.

Segundo Parisi (2011) o processo de gestão descentralizado abrange: planejamento estratégico, planejamento operacional, execução e controle; orientado à otimização do resultado econômico. Quanto à isso as entrevistas revelaram o seguinte:

TRABALHA COM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	TRABALHA COM IMPREVISTOS
A, C, D, E, F e H	B, G, I e J

Quadro 6: Planejamento da rotina
Fonte: os autores

O quadro 6 mostra uma confrontação da teoria de Parisi(2011) evidenciando que apesar dos empreendedores trabalharem com um modelo de gestão descentralizado nem sempre casará com uma rotina de planejamento estratégico. Por exemplo o empreendedor I que tem o modelo de gestão descentralizado afirma: “o planejamento da rotina é de acordo com as circunstancias lidando com imprevistos, sem um prévio programa das ações diárias”. O empreendedor J fala: “a rotina administrativa é específica para cada filial, pois cada uma está sujeita ao modelo de gestão de seu gerente, trabalhamos com imprevistos, não seguindo um planejamento estratégico para o dia a dia”.

Cruzando os dados das entrevistas constatam-se vários pontos importantes sobre o perfil e o modelo que cada empreendedor adota na condução dos seus negócios. Observam-se apenas as características mais importantes, veja pelo quadro a seguir.

Empreendedores	Perfil	Modelo de gestão
Empreendedor A	Liderança e flexibilidade	Centralizado
Empreendedor B	Agressividade, Riscos moderados	Centralizado
Empreendedor C	Otimismo, riscos moderados, autoconfiança, iniciativa	Descentralizado
Empreendedor D	Agressividade, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança	Descentralizado
Empreendedor E	Flexibilidade, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança,	Descentralizado

Empreendedor F	Riscos moderados, autoconfiança, iniciativa	Descentralizado
Empreendedor G	Capacidade de aprendizagem, inovação	Centralizado
Empreendedor H	Iniciativa, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança	Descentralizado
Empreendedor I	Inovação, tendência a confiar nas pessoas, autoconfiança, iniciativa	Descentralizado
Empreendedor J	Riscos moderados, autoconfiança, Tendência a confiar nas pessoas	Descentralizado

Quadro 7: Perfil X Modelo de gestão
Fonte: os autores

Perceba que no caso do empreendedor A embora ele adote um modelo de gestão centralizado, concentrando todas as decisões, ele revela uma característica de flexibilidade, portanto, sua gestão possui fortes tendências a mudar, até mesmo porque ele está expandindo aos poucos. Sobre isso Vasconcellos (1979) diz que à medida que a organização cresce, torna-se difícil para a alta administração manter o mesmo nível de centralização da decisão, já que com o crescimento surgem vários problemas técnicos e administrativos que precisam ser solucionados de forma rápida e muitas das vezes o gestor está ausente, por isso é necessário que níveis hierárquicos inferiores também possa tomar decisões.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo vem ganhando inúmeras pesquisas recentemente, embora seja um tema discutido há muitos anos. O tema tem ganhado espaço pela quantidade de novos negócios que estão se iniciando, principalmente as micros e pequenas empresas que são responsáveis por grande parte da movimentação de dinheiro local.

A pesquisa identificou o perfil dos empreendedores como aqueles que possuem características próprias, como: iniciativa, inovação, autoconfiança, flexibilidade, tendência a confiar nas pessoas, otimismo, capacidade de enfrentar riscos moderados, necessidade de realização, energia e liderança.

Essas características diferenciam os empreendedores daqueles que apenas abrem uma empresa ou gerenciam negócios. Um dos resultados da pesquisa constatou que a forma de conduzir o negócio está diretamente ligada às características dos empreendedores, ou seja, o perfil do empreendedor influencia na gestão dos negócios.

Atualmente com a grande variação do mercado, o risco de abrir e manter uma empresa é muito grande, porém os empreendedores visualizam os riscos de uma maneira diferente dos demais, de tal modo que apenas um legítimo empreendedor terá a coragem de correr riscos e lutar pela sustentabilidade de sua empresa.

Verificou-se através da pesquisa que o modelo de gestão descentralizado vem sendo cada vez mais adotado pelos empreendedores. Uma das justificativas para esse fato é a limitação que o modelo centralizado oferece aos empreendedores. Estes, portanto, revelaram que contam com uma ou mais pessoas de sua confiança para ajudar no gerenciamento da empresa (s).

É importante destacar que a ação empreendedora no mercado alimentício é responsável por grande parte da movimentação do capital social e geração de empregos para a população da zona sudeste da cidade de Teresina, tal atividade gera crescimento e desenvolvimento socioeconômico.

Apesar de não ter sido o foco principal da pesquisa, constatou-se que os empreendedores de pequenas e médias empresas no setor alimentício contribuem para o desenvolvimento local, isso pode ser comprovado através da crescente abertura de empresas desse segmento na região. Além disso todos os empreendedores relataram que o desenvolvimento gera novos investimentos na área do empreendedorismo para a região.

Diante desse dinamismo econômico e social que o empreendedorismo local proporciona recomenda-se novos estudos no campo do empreendedorismo voltados para o desenvolvimento socioeconômico através da ação empreendedora.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENEDETTI, Mauricio Henrique; CARVALHO, Carlos Soares de; DAROS, Jéssica De Oliveira. O empreendedor e o empreendimento: possíveis relações entre as necessidades pessoais e a consolidação do negócio. **EGEPE – Encontro de estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas empresas**. 4. 2005, Curitiba, p. 203-214.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CROZATTI, Jaime. **Modelo de Gestão de Cultura Organizacional** – Conceitos e Interações. Caderno de estudos, São Paulo, FIPECAFI, V.10, n. 18, maio/agosto 1998.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócio. 3ª Edição. Editora Elsevier. Rio de Janeiro, 2008

DORNELAS, J.C.A. **Processo empreendedor**. Editora Elsevier. Disponível em: <http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2008/02/empreendedorismo_capitulo_2.pdf> Acesso em 10 de julho de 2013.

DRUCKER. P.F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: prática e princípios. São Paulo. Pioneira. 1986.

FILION, LUIS JACQUES. **Empreendedores e Proprietários de Pequenos Negócios**. Revista USP – Revista da Administração, São Paulo, 1999.

KOCHE, JOSÉ CARLOS. **Fundamentos de metodologia científica e iniciação à pesquisa**. 27 ed – Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

KORNIJEZUK, Fernando Bandeira Sacenco. **Características Empreendedoras de Pequenos Empresários de Brasília**. Dissertação de Mestrado. UNB – Universidade de Brasília – DF. Programa de Pós Graduação em Administração – PPGA. 2004.

PARISI, Claudio; MARTIN, Maria de Garcia Lopez; MEGLIORINI, Evandir; NASCIMENTO, Auster Moreira. **A percepção dos gestores sobre as práticas do modelo de gestão e do processo de gestão: um estudo em uma empresa varejista brasileira**. BCustos Associação Brasileira de Custos - Vol. VI nº 3 – set-dez 2011.

REYNOLDS, P.; BYGRAVE, W.; AUTIO, E. GEM 2004 Summary Report. **London**: Global Entrepreneurship Monitor, 2004.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – UGE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Julho/2014.



VASCONCELLOS, Eduardo. **Centralização x Descentralização**: Uma aplicação para laboratórios de instituições de pesquisa e desenvolvimento. Revista de Administração IA-USP. São Paulo, 1979, vol.14(2), pp 101-121.

VASCONCELLOS, G. V.; WILKINSON, J. **Empreendedorismo, inovação e redes**: uma nova abordagem. RAE-eletrônica, v. 7 n. 1, Art. 7, jan./jun. 2008