

19 a 21 de outubro Ponta Grossa - PR - Brasil

## **TENDÊNCIA EMPREENDEDORA DOS FEIRANTES DA FEIRA LIVRE DE ITABAIANA/SE**

### **ENTREPRENEURIAL TREND FROM THE FAIRENTS OF THE FREE FAIR IN ITABAIANA/SE**

#### **ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO**

Maria Andréa Rocha Escobar, UFS, Brasil, andrea.ufam@hotmail.com

Ângela Santos de Oliveira, UFS, Brasil, angelaso66@gmail.com

Márcio Nannini da Silva Florêncio, UFS, Brasil, marcio\_nannini@hotmail.com

Amanda Greff Escobar, UFS, Brasil, amandagreff@hotmail.com

#### **Resumo**

A feira livre do município de Itabaiana/SE, têm grande importância para a comunidade local e circunvizinha, para o homem do campo e à agricultura familiar, pois se apresenta como um caminho para o desenvolvimento regional e de fortalecimento da cadeia produtiva. Sendo assim, esta pesquisa teve por objetivo analisar a existência de tendências empreendedoras nos feirantes que trabalham na feira livre do município. Para isso, utilizou-se abordagem quantitativa de natureza descritiva e exploratória. A coleta dos dados foi realizada por meio de uma survey com questionário, aplicados junto a uma amostra de 100 feirantes. Para mensurar a tendência empreendedora foi utilizado o teste de Tendência empreendedora Geral (TEG), desenvolvido por Caird (1991). Os resultados mostraram que há predominância do gênero feminino com 67% e idade 31 a 50. Quanto a TEG, os resultados revelaram um nível muito baixo de empreendedorismo entre a amostra pesquisada, visto que obtiveram médias gerais inferiores as esperadas em todas as características. Ressalta-se que a maioria dos respondentes iniciou seu comércio em feira livre pelo histórico familiar seguido do desejo de se tornar autônomo, com o objetivo de garantir o seu sustento, ou complementar a renda familiar. Já a perspectiva de oportunidade de mercado que foi uma das alternativas menos citadas durante a pesquisa.

**Palavras-Chave:** Tendência empreendedora; Feirantes; Feira livre.

#### **Abstract**

The open market in the municipality of Itabaiana/SE, is of great importance for the local and surrounding community, for the countryman and for family farming, as it presents itself as a path for regional development and strengthening of the production chain. Therefore, this research aimed to analyze the existence of entrepreneurial tendencies in the marketers who work at the free market in the municipality. For this, a quantitative research of a descriptive and exploratory nature was used. Data collection was carried out through a survey with a questionnaire, applied to a sample of 100 marketers. To measure the entrepreneurial trend, the General Entrepreneurial Tendency test (TEG), developed by Caird (1991), was used. The results showed that there is a predominance of the female gender 67%, aged 31 to 50. As for the entrepreneurial trend, the results revealed a very low level of entrepreneurship among the researched population, since they obtained general averages lower than expected in all characteristics. It is noteworthy that the majority of respondents started their trade in an open market due to family history followed by the desire to become autonomous, with the objective of guaranteeing their livelihood, or complementing family income, not as a view of market opportunity that was a of the least mentioned alternatives during the research.

**Key words:** Entrepreneurial trend; Marketers; Free market.

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo pode ser definido como uma associação de ações capazes de favorecer a criação de riqueza e melhor desempenho às sociedades que o apoiam e o praticam (Fillon, 1993), já que o empreendedor é aquele que possui comportamento para tomar decisões e resoluções das pressões estabelecidas pelo mercado, referente às metas estabelecidas, por meio da sua capacidade criativa e inovadora (Ducker, 2016).

Nesse raciocínio, Caird (1988; 1990) menciona o empreendedor como um indivíduo que demonstra forte aplicação da capacidade empresarial, e que possui uma coletividade de características e tendências intrínsecas, que o distingue das demais, como: necessidade de realização, autonomia, tendência criativa, assumir riscos, impulso/determinação e sucesso. Essas características geralmente estão agregadas em uma mesma pessoa, bastando somente, saber se o volume de características presentes nele é adequado para que seja considerado um empreendedor de sucesso.

O empreendedorismo pode ser um favorável instrumento para proporcionar aos feirantes um novo modo de recriar sua profissão e constituir novas possibilidades profissionais, e por meio deste gerar qualidade para os usuários e, assim, obter bons salários e satisfação com a produção do seu serviço.

As feiras livres são recintos de identidade própria, de tradições e de cultura enraizadas, configurados de significados e simbolismo e dotados pelo forte aspecto social, em que as trocas, as interações e as proximidades acontecem. Há também o aspecto econômico que é fomentado pelo comércio e a produção local (Reis & Vieira, 2011, p. 8).

A feira livre de Itabaiana/SE, além de aquecer a economia local há mais de um século, tem-se apresentado como um ambiente de fortalecimento das relações interpessoais, em que importantes negócios são realizados, contribuindo para o fortalecimento da economia do Estado. Considerada um fenômeno sociocultural que vai além do caráter comercial, sendo apontada, apesar das mudanças culturais e comportamentais do mundo capitalista, um cenário repleto de tradição e histórias dos seus habitantes, cujas narrativas expressam uma memória coletiva e a grandiosidade do seu povo e seu lugar.

Esse conjunto de propriedades e singularidades faz da feira livre um caminho que garante aos produtores rurais e aos comerciantes a comercialização de seus produtos, que de outra maneira seria difícil nesse tipo de economia de pouca liquidez, além da escoação da produção, a feira gera benefícios aos consumidores, com oferta de produtos adaptados aos seus hábitos e aos comerciantes locais, com a aquisição de bens de consumo por parte dos feirantes, que usam a renda proveniente de suas vendas, o que favorece a permanência do dinheiro em âmbito municipal (Ribeiro et al., 2005).

Levando em consideração os fatores mencionados, é salutar esse tipo de arranjo que necessita receber a aplicação de princípios administrativos, de forma a garantir a sobrevivência dos feirantes, como empreendedores, no mercado competitivo em que estão inseridos (Matos, 2018). E, é neste contexto que emerge a questão problema que esta pesquisa busca responder: qual o nível de empreendedorismo dos feirantes da cidade de Itabaiana/SE?

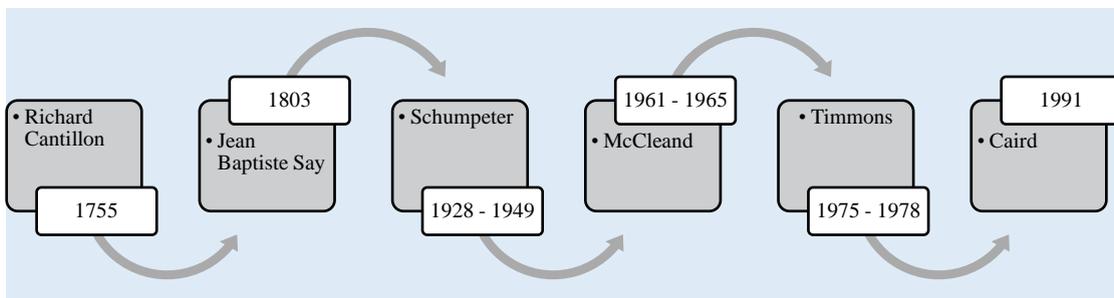
A importância e o papel que a feira livre desempenha no cenário social e econômico da população itabaianense, foram os predicados que motivaram a realização deste estudo. Este estudo também se justifica por colaborar com a ampliação da compreensão da tendência empreendedora geral dos feirantes da cidade.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 EMPREENDEDORISMO E TENDÊNCIA EMPREENDEDORA

O empreendedorismo é caracterizado como um importante preditor do desenvolvimento das empresas em termos de crescimento e desempenho organizacional. Conforme dados do GEM (2016), o empreendedorismo é compreendido como o processo de criação de novo ou reorganizado, com valor, pelo empenho em assumir riscos financeiros, psicológicos e sociais, e que busca as recompensas resultantes na forma de satisfação pessoal e monetária (Filion, 1999; Hahn et al, 2017).

Segundo Salim e Silva (2010), empreendedorismo é um tema que vem sendo muito enfatizado no ambiente acadêmico e empresarial, a partir da década de 90, pois se trata de um elemento fundamental no processo de desenvolvimento econômico dos países. Alguns autores são base referencial, quanto ao estudo da cronologia do empreendedorismo, conforme pode ser verificado na Figura 1.



**Figura 1-** Cronologia dos principais autores sobre empreendedorismo

**Fonte:** Adaptado de Santo (2015)

Para Cantillon (1755) e Say (1803), indivíduos empreendedores eram aqueles que investiam seu dinheiro na criação ou gestão de novos negócios, correndo riscos calculados. A abordagem Schumpeteriana diferencia a função do empreendedor da função do gestor e afirma que o primeiro inova, enquanto o segundo gerencia sem necessariamente inovar. No entanto, Schumpeter vai mais além da distinção de Jean Baptiste Say no que concerne à diferença entre empreendedor e capitalista, referindo ainda o caso do empreendedor que entra na rotina de gerir e torna-se apenas num gestor deixando de ser empreendedor (Behling, 2015).

Mais tarde, os comportamentalistas, donde destacamos, McClelland (1972) e Timmons (1975-1978), explicam o empreendedorismo através das características individuais da personalidade do empreendedor. Eles deram ênfase nas características comportamentais empreendedoras, relacionadas a motivação humana. Para McClelland (1972) a motivação humana compreende três necessidades dominantes: a necessidade de realização, a necessidade de afiliação e a necessidade de poder.

Caird (1991) aponta que os empreendedores dispõem de um conjunto de tendências intrínsecas como: necessidade de sucesso; necessidade de autonomia; tendência criativa; assumir riscos; e, impulso e/ou determinação, que os diferenciam das outras pessoas. Esses aspectos serviram de base para este autor elaborar um teste, que cunhou de Tendência Empreendedora Geral para aferir essas tendências comportamentais, em 1991.

Para Santo (2015), o empreendedorismo pode ter sofrido algumas transformações ao longo do tempo, mas a base continua sendo a mesma. O que diferencia o empreendedor do passado e o atual são os avanços tecnológico e a globalização, que agilizam e disseminam processos em um curto espaço de tempo. As redes sociais e outros meios de comunicação permitem uma rápida distribuição na extensa rede de ideias e conhecimentos.

Atualmente o empreendedorismo é a base para que a economia do país cresça, promovendo desenvolvimento econômico e melhoria da qualidade de vida social de forma diferenciada (Greco et al., 2010).

O brasileiro possui uma das principais características do espírito empreendedor, a criatividade, porém, este fenômeno não é explorado o suficiente para o desenvolvimento de suas habilidades para que seja capaz de transformar seu negócio em um empreendimento de sucesso para que não feche nos primeiros anos (Baggio & Baggio, 2014). Mesmo assim, segundo dados do GEM (2016) o Brasil está entre os países mais empreendedores do mundo.

De acordo com Rocha (2016), é de grande importância estimular a capacitação e desenvolvimento empreendedor dos brasileiros, pois, o Brasil é um país de desenvolvimento econômico crescente, tanto na economia interna como externa, levando seu potencial inovador para outros países, gerando capacidade produtiva e maior investimento para o país. Ainda segundo o autor, o empreendedorismo estimula o capitalismo, que auxilia nas transformações e evolução do cenário organizacional.

Caird (1991) criou o teste de Tendência empreendedora geral, na Inglaterra na *Durham University Business School*, este teste tem promovido o interesse internacional dos centros acadêmicos, que buscam por meio desse teste diagnosticar e potencializar as áreas de empreendedorismo e inovação, na formação de profissionais.

Para o autor, os indivíduos retratam certos aspectos empreendedor em seu perfil comportamental, sendo importante levantar se as características evidenciadas são satisfatórias para que o indivíduo possa ser considerado um possível empreendedor de sucesso. O teste de Tendência Empreendedora Geral (TEG), possui cinco dimensões: realização, autonomia, tendência criativa, propensão a riscos, impulso e determinação, conforme pode ser observado na Figura 2.



**Figura 2:** Níveis das características empreendedoras de Caird (1991)

**Fonte:** Caird (1991).

O entendimento básico sobre as cinco variáveis da TEG está apresentado da seguinte forma:

**Necessidade de Sucesso/Realização:** esta dimensão faz referência às características orientadas à motivação do indivíduo para alcançar metas, sendo associado às situações onde o desempenho está direcionado para o sucesso ou fracasso, além de inclina-se para alta busca de autoconhecimento, planejamento, tomada de decisão, iniciativa, resolução de problemas, inovação e determinação. Uma pontuação elevada nesta dimensão reflete uma orientação para a tarefa, forte ética no trabalho, desenvolvimento de metas desafiadoras. As pontuações baixas remetem a indivíduos que demonstram características voltadas para a pouca ambição e objetivos claros (Caird, 1991, Souza et al, 2019).

**Necessidade de Autonomia/Independência:** esta dimensão está associada a iniciação de um empreendimento. Nesta dimensão a pontuação mais elevada está relacionada à necessidade de fazer as coisas de forma independente, determinada, não convencional e a pouca valorização na realização de trabalhos para outros. A pontuação mais baixa remete a indivíduos com flexibilidade na tomada de decisões, uma preferência na realização de trabalhos para outras pessoas ao invés de cargos de gerência (Caird, 1991)

**Tendência Criativa:** esta dimensão exprime-se pela capacidade de inovação, que funcionalmente pode ser identificado como um potencial curioso, versátil e imaginativo presente nas atitudes dos indivíduos. Pontuações mais elevadas nesta dimensão indicam que os indivíduos possuem características voltadas para uma imaginação e orientação inovadora, versatilidade, intuição, uma preferência pelas novidades e uma forte tendência a aplicar suas próprias ideias no ambiente em que está inserido. Entretanto, as pontuações baixas apontam para indivíduos com características comportamentais que sugerem a preferência pela estabilidade, a utilizar ideias de outras pessoas e sem grande potencial imaginativo (Caird, 1991).

**Propensão a Riscos:** esta dimensão está relacionada com situações de incertezas, onde o indivíduo obtém informações incompletas para tomada de decisões. Podendo ser manifesta ou evitada em diferentes situações de recompensa e/ou retorno esperado (Souza et al, 2019). Desta forma, a propensão ao risco calculada é definida operacionalmente pela capacidade de lidar com informações incompletas e agir de acordo com uma opção arriscada, que requer habilidades a realização de metas desafiadoras por parte dos indivíduos que as vivenciam. Nesta dimensão a interpretação para a pontuação elevada sugere a capacidade que o risco representa quando a consciência da falha não supera o incentivo ao sucesso, ou seja, a capacidade de tomar decisões em condições incertas e sem a necessidade exaustiva de reunir informações para o processo de tomada de decisão. Em contrapartida, as pontuações baixas revelam uma abordagem mais cautelosa para o processo de tomada de decisão e uma preferência por ambientes com incerteza reduzida (Caird, 1991).

**Impulso/Determinação:** está relacionada a capacidade de iniciativa, tolerância, dominância, realização, bem-estar, afirmação, independência, eficácia e sociabilidade. A pontuação mais elevada nesta dimensão pode ser interpretada como indivíduos que tendem a proatividade, crença, conquista de objetivos devido à capacidade e esforço. Em contrapartida, as pontuações baixas correspondem a indivíduos com uma visão de vida não controlada por si, mas por fatores externos, dependência, crença de que o sucesso depende do fator sorte.

Este entendimento norteia a constatação de que se tornar um empreendedor é algo que pode acontecer com qualquer pessoa, e em qualquer momento da vida. Dessa maneira, a TEG assume sua importância visto que possibilita identificar e medir até que ponto um indivíduo possui ou não essas características específicas do comportamento empreendedor, adotando uma análise de cinco dimensões (Caird, 1991).

Para Caird (1991) cada empreendedor possui níveis diferentes desses comportamentos. Para analisar o nível desse comportamento o autor desenvolveu um teste compostos por 54 questões para medir a Tendência Empreendedora Geral, que através das respostas obtidas, é traçado um perfil do indivíduo estudado obtendo-se uma visão geral de quais variáveis apresenta uma pontuação maior e quais não apresentam (Souza et al., 2014). O estudo com auxílio da TEG, desta forma, apresenta ampla importância, na medida em que a aplicação do modelo viabiliza a percepção dos traços do comportamento empreendedor dos indivíduos.

## **2.2 FEIRA LIVRE DE ITABAIANA/SE**

O município de Itabaiana está localizado na região central do estado de Sergipe, na microrregião do agreste, ocupa uma área de 337,295 km<sup>2</sup>, com população estimada de 95.427 habitantes, seu PIB per capita corresponde à 18.961,63 reais. Sua sede municipal distancia-se da capital do estado, Aracaju, em 55 km, estruturada por rodovia federal (BR-235 e BR-101). O mesmo limita-se com os seguintes municípios: Areia Branca, Malhador, Frei Paulo, Campo do Brito, Macambira, Riberópolis, Itaporanga D'Ajuda e Moita Bonita (IBGE, 2020).

Na perspectiva econômica, o município destaca-se pelos serviços ofertados aos munícipes e também aos grupos oriundos das cidades circunvizinhas, apresentando forte diversidade, indo desde a tradicional atividade agrícola, tendo como base a agricultura familiar, até as atividades tipicamente urbanas e que forma um dos maiores centros em termos de comércio e na oferta de serviços (Carvalho & Costa, 2009).

Neste município acontece uma das maiores feiras livres do estado. Para Diniz (1987), a feira de Itabaiana (mercado periódico) realizada duas vezes por semana, possui grande potencial econômico e se constitui num dos pilares da economia municipal. A feira ocupa um espaço de aproximadamente 5 km<sup>2</sup> no centro comercial da cidade, abrangendo os largos comerciais, mercados de hortifrutigranjeiros e algumas ruas adjacentes. (Carvalho & Costa, 2019)

Segundo dados do órgão fazendário municipal, a feira possui cerca de 1.200 bancas de comercialização, onde os feirantes comercializam uma diversidade de mercadorias, que vão desde produtos agrícolas, produtos semi-industrializados e industrializados a exemplo: carnes, frangos, peixes, verduras, calçados, roupas e tecidos, frutas, legumes, verduras, produtos alimentícios, artesanatos, entre outros.

Em 2017, em cumprimento a demanda judicial em razão de um maior controle fiscal a respeito do que se é comercializado por parte do município, a feira de passou por um processo de padronização, através do decreto nº 51/2017 e nº 55/2017. Nestes decretos estava estabelecido que além da padronização das bancas, os feirantes teriam que realizar seu cadastro para obter licença para comercializarem seus produtos na feira (Prefeitura Municipal de Itabaiana, 2020).

A feira de Itabaiana é considerada economicamente, a mais importante no interior do estado de Sergipe, com reconhecimento em quase todo Nordeste. Diante da importância histórica, cultural e econômica que a feira livre representa para a cidade de Itabaiana, foi declarada, em 10 de junho de 2013 como patrimônio histórico cultural e imaterial de Sergipe (Prefeitura Municipal de Itabaiana, 2013).

Assim, a feira livre de Itabaiana/SE, é considerada um fenômeno sociocultural que vai além do caráter comercial. Apesar das mudanças culturais, sociais e comportamentais a feira de Itabaiana, continua sendo um cenário repleto de tradição e história, cujas narrativas expressam uma memória coletiva da população local. Sendo, então, um ambiente de fortalecimento das relações interpessoais e onde importantes negócios são realizados, o que contribui para o fortalecimento do desenvolvimento econômico e da inclusão social do município e região. (Carvalho & Costa, 2019)

## **3. METODOLOGIA**

Este estudo se apoia em uma abordagem quantitativa e descritiva. Pesquisa quantitativa são utilizadas quando se busca identificar e analisar características, fatores e variáveis quantificáveis, isto é, transformar em números as opiniões e informações relacionadas. O caráter descritivo desta pesquisa se relacionasse ao fato de que as constatações obtidas

permitirão um melhor entendimento sobre a tendência empreendedora dos feirantes, da feira livre de Itabaiana/SE.

O método empregado nesta pesquisa foi uma *survey* (ou levantamento) com questionário, aplicados a uma amostra de cem (100) feirantes de forma presencial. Quanto ao corte temporal, o estudo se caracteriza do tipo transversal, uma vez que os dados coletados cobrem determinado momento no tempo (Babbie, 1999). A coleta dos dados ocorreu entre os dias 10 a 20 de fevereiro de 2020. Inicialmente, foi realizado um pré-teste com 15 respondentes, a partir do qual foi possível constatar que o tempo médio de resposta era de 10 minutos e que as questões estavam alinhadas aos objetivos da pesquisa.

O instrumento para coleta de dados adotado neste trabalho foi o questionário de Tendência Empreendedora – TEG desenvolvido por Caird (1988). O instrumento de pesquisa estava dividido em duas etapas. A primeira etapa apresenta questões sobre o perfil da amostra da pesquisa, enquanto que a segunda contém questões que identificam a existência ou não de tendência empreendedora.

Esse questionário utiliza uma série de características pessoais relacionadas ao empreendedor que incluem: Necessidade de sucesso; Autonomia/independência; Criatividade; Assumir riscos; e, Impulso/determinação. Estas dimensões estão subdivididas em uma lista com 54 afirmações em que os respondentes atribuíram graus de concordância entre 1 (discordo totalmente) e 5 (concordo totalmente) para a mensuração das variáveis.

Após a coleta de dados, realizou-se a tabulação da primeira parte do questionário e o cálculo de pontuação do Teste TEG. O Cálculo da avaliação tem uma metodologia própria, realizada de acordo com a classe das características de tendência empreendedora conforme a Tabela 1.

Dimensões das tendências empreendedora	Questões que corresponde ao questionário TEG	Pontuação	
		Máxima	Média
Necessidade de sucesso	1; 6; 10; 15; 19; 24; 28; 33; 37; 42; 46; 51.	12	9
Autonomia/independência	3; 12; 21; 30; 39; 48.	6	4
Tendência criativa	5; 8; 14; 17; 23; 26; 32; 35; 41; 44; 50; 53.	12	8
Assumir riscos	2; 9; 11; 18; 20; 27; 29; 36; 38; 45; 47; 54.	12	8
Impulso/determinação	4; 7; 13; 16; 22; 25; 31; 34; 40; 43; 49; 52	12	8

**Tabela 1:** Cálculo do valor da dimensão de tendência empreendedora

**Fonte:** Adaptado de Caird (1991).

O teste, utiliza os resultados obtidos das respostas das 54 perguntas do questionário. Nas questões ímpares, atribuiu-se um ponto para cada desacordo assinalado. Já nas questões pares, atribuiu-se um ponto para cada concordância assinalada.

A pontuação de cada pergunta será somada na respectiva dimensão, conforme demonstrado na Tabela 1. Cada uma das cinco dimensões, possui uma pontuação máxima de 12 pontos, à exceção da necessidade de autonomia/independência, que tem a pontuação máxima de 6 pontos. Uma pontuação alta em qualquer categoria significa que o indivíduo possui muitas qualidades que estão sendo verificadas naquela dimensão.

Os dados obtidos foram tabulados em uma planilha *Excel* e depois submetidos a um cálculo da pontuação específica do teste e o cálculo da média em cada uma das dimensões. Na sequência, procedeu-se à interpretação e discussão dos resultados da pesquisa.

Para análise estatística dos dados fez-se uso do *Software Microsoft Excel* (versão 7.0) - Planilhas eletrônicas. Foi obtida a frequência absoluta (valores que representam o número de dados de

cada classe, que por sua vez, são intervalos de variação) como técnica estatística para a análise dos dados do presente estudo.

## 4. RESULTADOS

### 4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Nesta etapa identificou-se o perfil da amostra, composta por um total de 100 feirantes que comercializam seus produtos na feira livre de Itabaiana, conforme descrito na Tabela 2.

Quanto ao perfil sociodemográfico, constatou-se que dos feirantes 67% são do sexo feminino e 33% são do sexo masculino. Dados convergentes aos de Souza et al. (2009), onde dos inqueridos na feira de Itabaiana/SE, 66,7% são do sexo feminino e 33,3% do sexo masculino. A importância do público feminino no empreendedorismo no Brasil pode ser confirmada pelo resultado do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), que em 2018 apontou que a proporção de mulheres empreendedoras superou a proporção de homens, apresentando 52,2% contra 47,8%, respectivamente.

Em relação à idade, 67% dos feirantes têm entre 31 a 50 anos de idade, 18% tem entre 21 e 30 anos e apenas 13% tem mais de 50 anos. Quanto à escolaridade, a maioria (33%) possui fundamental incompleto, 20% fundamental e 34% ensino médio, apenas 4% declararam ter curso superior completo e 9% estão cursando. Percebe-se o baixo índice de escolaridade dos feirantes, quando se avalia os altos percentuais do ensino fundamental completo e incompleto. Dados que convergem aos de Souza et al. (2009), nos achados de sua pesquisa, 63% se declararam analfabetos ou cursando o ensino fundamental, 37% possuíam ensino médio e superior.

Variáveis	Descrição	Fr. absoluta	Fr. relativa (%)
Gênero	Masculino	33	33%
	Feminino	67	67%
Faixa etária	Menores de 20 anos	2	02%
	De 21 a 30 anos	18	18%
	De 31 a 40 anos	42	42%
	De 41 a 50 anos	25	25%
	Mais de 50 anos	13	13%
Escolaridade	Ensino fundamental incompleto	33	33%
	Ensino fundamental completo	20	20%
	Ensino médio completo	35	35%
	Ensino superior incompleto	9	9%
	Ensino Superior	4	04%
Renda	Até 999,00	25	25%
	De 1.000,00 a 1.200,00	31	31%
	De 1.201,00 a 1.500,00	21	21%
	De 1.501,01 a 2.000,00	20	20%
	Acima de 2.000,00	3	3%

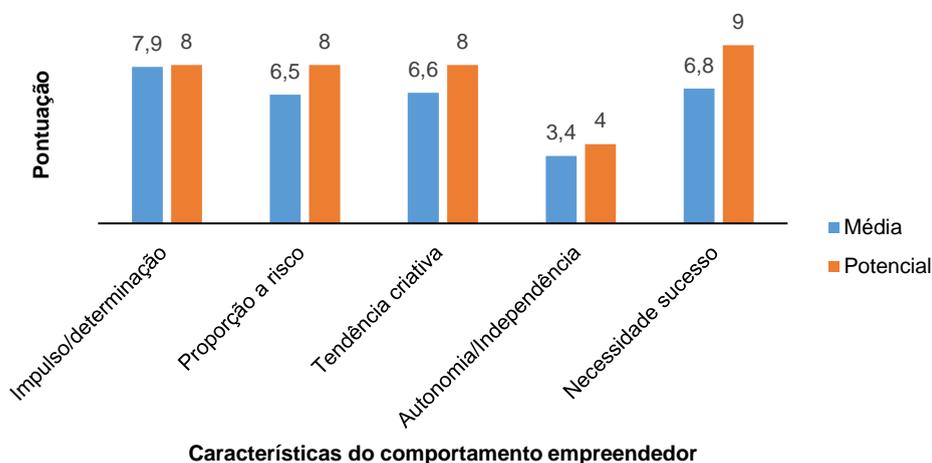
**Tabela 2:** Perfil dos Respondentes

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

Sobre a renda familiar mensal, evidencia-se que uma parcela significativa dos feirantes 25% recebem até R\$ 999,00 e 51% ficou na faixa de renda de até R\$ 1.500,00, o que indica que o poder aquisitivo é corresponde de baixo para médio. 20% dos respondentes recebem até R\$ 2.000,00, e, apenas 3% têm renda superior a esse montante.

## 4.2 Teste Tendência Empreendedora Geral

Os dados resultantes da segunda parte do questionário, cujo objetivo foi identificar a tendência empreendedora dos feirantes da feira livre de Itabaiana/SE, evidenciam que participantes do presente estudo, não alcançaram a média esperada em nenhuma das cinco características contidas no comportamento empreendedor, conforme pode ser observado na Figura 3.



**Figura 3** – Resultado das cinco tendências empreendedoras dos feirantes

**Fonte:** Elaborada pelos autores com base nos dados da pesquisa (2020)

Em análise dos resultados da Figura 3, no que tange ao **impulso e determinação**, essa categoria diz respeito à característica que se consolida em uma alavanca para consecução de um empreendimento, sendo o empreendedor perseverante e com atitudes proativas, possuindo foco e obstinação naquilo que se quer conquistar. Os resultados revelaram que os respondentes nessa categoria, obteve média (7,9) muito próxima a esperada (8,0). Assim, os feirantes mostram sua não aceitação à predestinação. A amostra revela-se mais determinada no aproveitamento de oportunidades e no controle do seu próprio destino.

Ao analisar a dimensão **propensão a riscos**, observa-se um resultado (6,5) abaixo da média esperada (8,0). As características inerentes a essa categoria referem-se a: avaliar alternativas e calcular os riscos deliberadamente, ter a capacidade de análise com poucos dados à disposição, ter atitude ambiciosa na medida certa, fixar objetivos desafiadores, mas possíveis de serem cumpridos. Quanto à propensão aos riscos, de modo geral, os feirantes mostram-se pouco ambiciosos, não propenso a correr risco e preferem não fixar objetivos desafiadores. Isto revela que os feirantes não estão dispostos a assumir riscos.

No que tange à **tendência criativa**, verifica-se que a amostra não atingiu a média esperada. Assim, pode-se inferir que os feirantes são pouco imaginativos, curiosos, versáteis, intuitivos e inovadores, não sendo muito propensos a novos desafios e mudanças.

Quanto à **autonomia/independência**, verifica-se que a categoria obteve a média (3,8) não atingindo a média esperada (4,0). Essa dimensão se refere à preferência do indivíduo em trabalhar sozinho, necessidade de priorizar os seus objetivos pessoais e expressar o que pensa, preferência por tomar decisões ao invés de receber ordens, indiferença à pressão do grupo de trabalho e determinação (Uriarte, 1999; Hahn; Scherer; Oliveira; Quionha & Lebioda, 2017). Os resultados revelam que os feirantes, mantém sua opinião, gosta de tomar decisões e ter

controle das situações, o que possibilita pleno desenvolvimento de seus empreendimentos, acreditam em suas habilidades pessoais para resolver problemas e guiar seus caminhos.

Na dimensão **necessidade de sucesso**, verifica-se que essa categoria obteve média (6,8) índice inferior a média esperada (9,0). Essa dimensão se refere à visão futura, autossuficiência, postura mais otimista que pessimista, orientação para as tarefas e para os resultados, incansável e enérgico, confiança em si, persistência e determinação e dedicação para concluir uma tarefa (Uriarte, 1999). O resultado aponta que os feirantes preferem manter-se mais conservadores, concentrando-se em fazer um bom trabalho, visualizando o sucesso, defendendo seu ponto de vista apenas quando necessário.

Diante dos resultados apresentados, destaca-se que os feirantes da feira livre de Itabaina/SE, de maneira geral, precisam desenvolver as tendências empreendedoras.

## CONCLUSÃO

Este estudo teve como propósito analisar a tendência empreendedora dos feirantes que trabalham na feira livre de Itabaiana/SE.

Com base nos resultados obtidos e analisados por meio do questionário relativo ao perfil e tendência empreendedora, foi possível identificar que a maioria dos feirantes tem idade entre 31 e 50 anos, são do gênero feminino, possuem ensino fundamental e recebem até R\$ 1.500,00.

No que se refere a tendência empreendedora, os resultados identificam um baixo nível de empreendedorismo. Das cinco características que definem a tendência empreendedora, todas ficaram a baixo da média esperada. Apenas, a característica impulso/determinação ficou próximo a média esperada pelo teste.

Para melhorar tais resultados, é fundamental que a formação para o desenvolvimento de competências técnicas e científicas seja ampliada, pois, na atualidade, o mundo do trabalho exige um novo posicionamento dos feirantes, ou seja, se exige uma postura empreendedora, isto é, profissionais proativos perante as mudanças do ambiente organizacional.

Este estudo contribui e inova ao realizar, um estudo empírico de abordagem quantitativa sobre o empreendedorismo dos feirantes da feira livre de Itabaiana/SE. Em segundo lugar, apresenta uma contribuição teórica, na medida em que avança na compreensão e operacionalização do conceito de feira livre e da tendência geral empreendedora. Em terceiro lugar, o estudo desvenda aspectos ainda pouco conhecidos sobre a dinâmica empreendedora dos feirantes.

O artigo apresenta como principal limitação a amostra, uma vez que não é possível determinar o quanto essa amostra representa a população de feirantes de feiras livres do Brasil. Assim, esforços no sentido de complementar essa análise, em amostras similares (e distintas), também se classificam como direções para estudos futuros.

## REFERÊNCIAS

- Babbie, E. (1999). *Métodos de pesquisa survey*. Belo Horizonte: Ed. UFMG
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: conceito e definição. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Behling, G. A. (2015). *A relação entre as competências empreendedoras e o comportamento estratégico dos micro empreendedores individuais (MEIs) tomadores de crédito de Santa Catarina*. Dissertação de mestrado. Universidade Vale do Itajaí. Biguaçu – SC, Brasil.

- Caird, S. (1988). *A review of measuring enterprise attributes*. DUBS, august.
- Caird, S. (1990). Enterprise competencies: an agenda for research. *Journal of European Industrial Training*, 14 (7), 3-8.
- Caird, S. (1991). Testing enterprising tendency of occupational groups. *British Journal of Management*, 2, 177-186.
- Carvalho, D. M. de., & Costa, J. E. da. (2009). A questão da centralidade urbana em Itabaiana/SE: uma abordagem preliminar, *Revista Scientia Plena*, 5 (9), 1-12.
- Carvalho, D. M. de., & Costa, J. E. da. (2019). Comercialização agrícola em Itabaiana/SE: o caso da feira livre. *Revista GeoNordeste*, São Cristóvão, 1, 239-257.
- Diniz, J. A. F., & França, V. L. A. (1987). As feiras de Sergipe e em seu entorno. *Ecos: Ensaio Econômicos e Sociais*. Aracaju: Instituto de Economia e Pesquisa (INEP), 1 (1).
- Drucker, P. F. (2016). Inovação e espírito empreendedor práticas e princípios. *Revista Cengage Learning*, São Paulo, Brasil.
- Filion, L. J. (1999). Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, 39(4), pp. 6-20.
- Filion, L. J. (1993). Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. *Revista de Administração de Empresas*, 33(6),50-61.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. (2016). Global entrepreneurship monitor. Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional). Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, Paraná.
- Greco, S. M. S. S., Friedlaender Junior, R. H., Duarte, E. C. V. G., Rissete, C. R., Felix, J. C., Macedo, M. M., & Paladino, G. (2010). *Empreendedorismo no Brasil*. (GEM 2010). IBQP: Curitiba.
- Hahn, I. S., Scherer, F. L., Oliveira, M. C. S. F de., Quionha, M., & Lebioda, L. (2017). Tendência empreendedora: um estudo corporativo entre indivíduos de grandes empresas e PMEs brasileiras. *Desenvolvimento em questão*, 15(40), 288-320.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 07 jan. 2020.
- Malhotra, N. (2012). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 6ª. ed. Porto Alegre: Bookman.
- McClelland, D. C. (1972). *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.
- Prefeitura Municipal de Itabaiana. Lei Municipal nº 1606, de 10 de junho de 2013. *Declara a feira livre da cidade de Itabaiana como patrimônio histórico cultural e imaterial*. [internet]. [acesso em 10 jun 2020]. Disponível em: <https://cmitabaiana.se.gov.br/lei/1775/declara-a-feira-livre-de-nosso-munic-pio-como-patrim-nio-hist-rico-cultural-e-imaterial>
- Prefeitura Municipal de Itabaiana. *Feira Livre de Itabaiana*. [internet]. [acesso em 10 jun 2020]. Disponível em: <https://itabaiana.se.gov.br/leitura/7/feira-livre-de-itabaiana>
- Reis, F., & Vieira, S. M. F. (2011) Tudo junto: pessoas, relações e peculiaridades na feira livre de Viçosa. In: *Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação*. 18., 2011, São Paulo. Anais..., Intercom, 2011.
- Ribeiro, E.M., Castro, B.S. de., Silvestre, L.H., Calixto, J.S., Araújo, D.P., Galizoni, F.M., & Ayres, E.B. (2005). Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro. *Agriculturas*, 2 (2).

- Rocha, P. O. (2016). *Empreendedorismo no Brasil: análise do empreendedorismo brasileiro através do relatório GEM, 12-38*, São Paulo, Brasil.
- Salim, C. S., & Silva, N. C. (2010). *Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Santo, E. O. M. (2015). *Empreendedorismo na administração pública: um estudo do Perfil empreendedor da equipe administrativa de uma Instituição Federal de Ensino Superior, como ferramenta de melhoria no desempenho organizacional*. Campo Grande- MS, Brasil.
- Say, J. B. (2011). *Traité d'Économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses*. 1803. Institut Coppet, Paris.
- Timmons, J. A. (1978). Characteristics and role of entrepreneurship. *American Journal of Small Business*, 3(1), 5-17.