

A TIPICIDADE EMPREENDEDORA DO BATEDOR ARTESANAL DE AÇAÍ

JOSÉ LUIZ NUNES FERNANDES

BÁRBARA ÁDRIA OLIVEIRA FARIAS FERNANDES

Introdução

A relevância do açaí para o Norte do Brasil é distinguida por Costa et al. (2018), quando entendem que uma parte do uso produtivo dos recursos florestais amazônicos, que prioriza a manutenção das atividades baseadas na biodiversidade florestal, caracteriza-se sob um paradigma agroflorestal. De modo que às atividades produtivas que utilizam estes insumos advindos da floresta, por meio da extração, têm como objetivo o uso social, garantindo a sobrevivência da população que também obtém renda por meio de sua comercialização.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O comportamento do empreendedor tradicional é enfatizado por Baggio e Baggio (2014), ao ressaltarem como aquele que impulsiona o indivíduo e transforma contextos. Neste sentido, surge a questão norteadora desta pesquisa: Quais as tipicidades que diferenciam o batedor artesanal de açaí do empreendedor tradicional? Fixa-se como objetivo à esta pesquisa identificar as tipicidades do batedor tradicional de açaí que os diferencia dos empreendedores tradicionais.

Fundamentação Teórica

2.1 O batedor artesanal de açaí Silva (2021, p.279) considera que “o manejo, o processamento e o consumo do açaí têm uma história milenar na Amazônia e pelo menos desde o séc. XIX há registro de amplo consumo urbano em Belém”. Já o professor, médico e poeta Palhares (2016, p. 23) discorre em versos a transmissão do conhecimento do fruto açaí pelos índios da Amazônia para os colonizadores portugueses: Foi assim que o milho e raiz da mandioca Dos quais faziam pamonha, farinha e tapioca Indicaram-lhes boas frutas como o cacau e o açaí Além do cupuaçu, da pupunha e o bacuri.

Metodologia

Gil (2010, p. 1) ensina que “a pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema”. Portanto, para buscar respostas na direção de identificar as tipicidades que diferenciam o batedor artesanal de açaí do empreendedor tradicional e quanto aos objetivos mais gerais, além de ter-se o propósito de proporcionar maior familiaridade com o problema, adotou-se tipo de pesquisa exploratória, porém com viés descritivo já que também se tem intenção de descrever as tipicidades do batedor artesanal de açaí.

Análise dos Resultados

Baggio e Baggio (2014) entendem que o empreendedor deve fazer e acontecer, adicionada à criatividade e motivação, com o prazer de realizar sinergia e inovação a projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos, além de ter comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. Quanto ao processo de produção e venda, embora aconteça de forma sistemática e padronizada, esse está na mente do batedor, para mais inexistir qualquer controle gerencial-contábil (ARAÚJO, 2020; FURTADO et al., 2020).

Conclusão

De modo que é possível concluir que o batedor artesanal de açaí é detentor de poucas identificações que caracterizam a tipicidade do empreendedor tradicional, assim grande parte dessas características empreendedoras eles não a possuem o que não deixa de caracterizá-lo como empreendedor, porém com muitas limitações.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, D. do N. (2020). As perspectivas de competitividade dos batedores artesanais de açaí com selo ‘Açaí Bom’. Gestão da produção em foco: uma abordagem holística Piracanjuba-GO Editora Conhecimento Livre. BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e Definições. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v.1, n.1, p. 25-38.

Palavras Chave

Tipicidade empreendedora, Batedor de açaí, Riscos

A TIPCIDADE EMPREENDEDORA DO BATEDOR ARTESANAL DE AÇAÍ

RESUMO

A representatividade desse empreendedor é evidenciada quando pesquisadores relatam existir número entre 3.000 e 5.000 atuando somente na Região Metropolitana da cidade de Belém, capital do estado do Pará, o que evidencia necessidade de melhor conhecê-lo. Diante disso, fixa-se como objetivo ao presente trabalho identificar as tipicidades do batedor tradicional de açaí que os diferenciam dos empreendedores tradicionais. Por meio de pesquisa classificada como exploratória, porém com viés descritivo chegou-se à conclusão que, embora possa conceituá-lo como empreendedor, ainda lhe faltam outras singularidades que lhes possam caracterizar como empreendedores tradicionais, segundo o prescreve a literatura pertinente. Entre essas ausentes, aponta-se à aversão a riscos que limitando a busca de novos produtos e mercados, bem como conformismo com o estágio em que se encontra e inexistência de controles gerenciais.

Palavras chave: Tipicidade empreendedora. Batedor de açaí. Riscos.

1.INTRODUÇÃO

A relevância do açaí para o Norte do Brasil é distinguida por Costa et al. (2018), quando entendem que uma parte do uso produtivo dos recursos florestais amazônicos, que prioriza a manutenção das atividades baseadas na biodiversidade florestal, caracteriza-se sob um paradigma agroflorestal. De modo que às atividades produtivas que utilizam estes insumos advindos da floresta, por meio da extração, têm como objetivo o uso social, garantindo a sobrevivência da população que também obtém renda por meio de sua comercialização. Neste contexto, está o açaí que é um fruto proveniente da palmeira denominada *Euterpe Olerácea*.

Tal fruto é consumido em forma de bebida de consistência pastosa, obtida após o despulpamento do caroço, seja por meio da extração mecânica em máquinas despulpadoras ou manualmente. A abundância do fruto na região amazônica possibilita o consumo pela população tradicional, como os ribeirinhos que o tem como parte fundamental na composição de suas refeições diárias, geralmente sendo acompanhado de peixe ou outra proteína. A população urbana, também formada pelos migrantes ribeirinhos, adquiriu tais hábitos alimentares e diversificou o consumo do açaí, estando este presente também em sorvetes, cremes, geleias e licores (CANTO, 2011).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017) identificou que a produção nacional, em 2016, foi de 219.885 toneladas, volume 2,0% acima do registrado no período anterior. Este aumento acarretou crescimento de 10,5% no valor de produção em razão da valorização do produto, que segue com consumo elevado no mercado interno e externo, com consequente aumento do preço pago ao produtor.

Veloso (2021, p.17) explana que “o açaí é uma forma de garantia de provisão de renda para a população que se situa nos bairros periféricos da cidade, possuindo como principal característica a inserção da própria família nos locais de processamento e venda da polpa”. Continua, Veloso (2021, p. 50), que “no que se refere a comercialização do açaí no Estado como para outras regiões, Belém tem fundamental importância, uma vez

que o município se torna um eixo central no que concerne a este mercado, sendo um polo de comercialização para as regiões ao entorno, e para o mercado externo”.

Assim, os batedores de açaí são encontrados principalmente nas regiões periféricas de Belém, sendo identificados com placas vermelhas com letras brancas. O fenômeno em números de batedores de açaí não é exato e, assim sendo, somente na capital do estado do Pará, a cidade de Belém, Costa (2016) apresenta existir em torno de 3.000 e Furtado et al. (2020) em torno de 5.000 batedores.

Porém, é preciso considerar a tipicidade do batedor, pois entende-se que esse tem somente parte de características empreendedoras e, dessa forma, Hisrich e Peter (2004, p. 33) esclarecem que “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”.

O comportamento do empreendedor tradicional é enfatizado por Baggio e Baggio (2014), ao ressaltarem como aquele que impulsiona o indivíduo e transforma contextos. Portanto, empreender consiste no prazer de realizar com sinergia e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos.

Neste contexto, surge a questão norteadora desta pesquisa: **Quais as tipicidades que diferenciam o batedor artesanal de açaí do empreendedor tradicional?** Assim, fixa-se como objetivo à esta pesquisa identificar as tipicidades do batedor tradicional de açaí que os diferencia dos empreendedores tradicionais.

Cria-se expectativa que o resultado desta investigação consiga caracterizar, em grande parte, o comportamento empreendedor do batedor artesanal de açaí e assim contribuir para que o batedor absorva o comportamento empreendedor previsto na literatura e em prol da continuidade de seu negócio.

2. REFERENCAL TEÓRICO

2.1 O batedor artesanal de açaí

Silva (2021, p.279) considera que “o manejo, o processamento e o consumo do açaí têm uma história milenar na Amazônia e pelo menos desde o séc. XIX há registro de amplo consumo urbano em Belém”. Já o professor, médico e poeta Palhares (2016, p. 23) discorre em versos a transmissão do conhecimento do fruto açaí pelos índios da Amazônia para os colonizadores portugueses :

Vamos frisar a data do avanço Português
Quando em 12 de janeiro de 1616
Fundaram a nossa Belém, capital do Grão-Pará
Que em 07 de janeiro de 1619 foi calvário do herói tupinambá

Devemos sempre lembrar que os índios bravos guerreiros
Foram com os europeus receptivos e hospitaleiros
Ensinando-lhes os segredos das plantas e seus cultivos
E o processo de transformá-los nos alimentos nativos

Foi assim que o milho e raiz da mandioca
Dos quais faziam pamonha, farinha e tapioca
Indicaram-lhes boas frutas como o cacau e o açaí
Além do cupuaçu, da pupunha e o bacuri.

Por outro lado, a migração do caboclo interiorano para as grandes cidades da Amazônia e a permanência de vínculo com suas origens, na visão de Silva (2021, p.277), é a responsável pelo hábito do consumo do açaí como hoje é conhecido em formato de vinho, de modo que “em 1950, a capital tinha 254 mil habitantes, mas entre 1950 e 1980 a população cresceu a 4,4% ao ano. Boa parte desse crescimento se deu por migrações do interior à capital”.

Neste cenário, formaram-se periferias nas quais a população migrante encontrou moradia em bairros populares de urbanização precária, o consumo e trabalho com o açaí entraram nessa reconstituição urbana de identidades culturais interioranas. Silva (2021), ainda, considera que na metrópole, habilidades e costumes formados em gerações anteriores se ligaram a novas condições cultivadas no cotidiano doméstico – identificar o bom fruto, a polpa boa, despolar, conhecer a consistência e sabor da polpa bem extraída.

Em evolução, os empreendedores produtores do vinho do açaí, pelo fato de manipularem a máquina que processa o vinho por meio de fricção, são conhecidos por batedores de açaí. Dessa maneira, Araújo (2020, p.8) os descreve como “pequenos estabelecimentos, geralmente familiar e que compram o fruto açaí de intermediários e vendem a polpa e/ou vinho de açaí diretamente ao consumidor e estão localizados nos mais diversos municípios do Pará”.

Costa (2016) explica que as unidades produtivas batedoras de açaí possuem estrutura híbrida. Dessa forma, se em parte são empresas camponesas, em face da centralidade das decisões serem alicerçadas na família, por outro lado, têm a característica de empresa patronal, em que parte dos trabalhadores são assalariados.

Araújo (2020) destaca as seguintes tipicidades do batedor artesanal: (i) em maioria, são proprietários do negócio; (ii) a maior parte adquire o fruto na Feira do Açaí; (iii) possuem em média dois trabalhadores por ponto; e (iv) a confiança está presente nas relações econômicas.

Ribeiro (2016) também salienta algumas tipicidades da atividade e do batedor artesanal de açaí: (i) a relação com os clientes é alicerçada na confiança; (ii) é uma atividade familiar e, em grande parte, exercida em frente às residências; (iii) é um tipo de trabalho autônomo; (iv) a venda é realizada, frequentemente, no horário próximo às 12 horas, pois existe o hábito de o cliente consumir o vinho como complemento ao almoço; (v) a jornada de trabalho pode atingir, em alguns pontos, até 18 horas ininterruptas; (vi) o processo produtivo inicia com a aquisição dos frutos nas feiras ou portos, perpassa pela produção realizada em máquina batedeira movida por eletricidade e é finalizado com a venda ao consumidor final; (vii) a medida usada na venda é o litro; (viii) a sazonalidade do fruto influencia o preço, assim, na época invernal da Amazônia, o fruto torna-se escasso e o preço aumenta e o contrário ocorre no verão, estação que vai de junho até o final de novembro ou início de dezembro; (ix) contemporaneamente, os supermercados da capital paraense passaram a vender o vinho do açaí; (x) o trabalho, em alguns pontos, é ininterrupto de segunda a segunda e não tem folga aos domingos ou feriados.

Furtado et al. (2020) na mesma direção ressaltam características do ofício e do empreendedor-batedor: (i) o exercício da atividade por parte dos batedores, em maioria, atinge mais de 30 anos de trabalho contínuo; (ii) poucos participam ou participaram de curso de reciclagem voltado ao processo produtivo; (iii) esses batedores artesanais vislumbraram singular oportunidade de empreender e ter significativos retornos sobre o investimento; (iv) a maioria atua na informalidade, portanto não atua sob a égide do programa do governo da União, denominado de Microempreendedor Individual (MEI)

e, desse modo, não possui o Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas (CNPJ); (v) para a maioria, a produção e venda do vinho do açaí é a principal e única fonte geradora de renda.

Em seguida, o referencial evolui na perspectiva de expressar as principais características expostas nas plataformas teóricas subjacentes às características do empreendedorismo e do profissional empreendedor tradicional.

2.2 Características do empreendedorismo

A expressão empreendedorismo é originada da língua inglesa *entrepreneurship*, essa composta pela palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*. Nesta perspectiva, Dolabela (2002, p.47) diz que a terminologia “era usada no século 12 para designar aquele que incentivava brigas e que, no final do século 18, passou para a conotação de pessoas que criavam e conduziam projetos e empreendimentos”. Assim, empreendedorismo como palavra derivada do verbo empreender é vista sob diversas óticas como, por exemplo:

- (i) McClelland (1962) manifesta que é uma qualidade pessoal em que os indivíduos são guiados por necessidades psicológicas. Quanto mais o sistema de valores de uma sociedade distinguir positivamente a atividade empreendedora, maior será o número de pessoas que tenderão a optar por empreender;
- (ii) Schumpeter (1984) relaciona seu entendimento com a criação de novos produtos e mercados, de modo que a sua essência está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios;
- (iii) Já Drucker (2002) relaciona-o com o comportamento e não um traço de personalidade. Trata-se da inovação e do empreendimento como parte integrante do trabalho do executivo;
- (iv) Dolabela (2002) declara que a esta terminologia é utilizada para designar os estudos relativos ao empreendimento, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e a formação de um empreendimento somada às características ambientais, de acordo com os diversos ramos de atividade como o industrial, o comercial ou o prestador de serviços;
- (v) Dornelas (2003) enfatiza que se trata de um comportamento que envolve processos organizacionais que permitem à empresa trabalhar em busca de um objetivo comum, que é a identificação de novas oportunidades de negócios, por meio da sistematização de ações internas focadas na inovação.

Contexto em que Leite e Oliveira (2007) classificam o empreendedorismo em dois tipos: (1) por necessidade, assim criam-se negócios por não haver outra alternativa; e (2) por oportunidade, este tem como origem a descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa. Nos entendimentos de Pessoa (2005), existem três tipos de empreendedores: (i) o corporativo ou intraempreendedor; (ii) o empreendedor *startup*, aquele que cria novos negócios ou empresas; e (iii) o empreendedor social que cria empreendimentos com missão social e são pessoas que se evidenciam onde quer que trabalhem.

Já o comportamento empreendedor impulsiona o indivíduo e transforma contextos. Pode ser visto como possuidor da vontade de fazer acontecer adicionada à criatividade e motivação. Portanto, empreender consiste no prazer de realizar com sinergia e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente

às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

O empreendedor é um inovador de contextos, assim, suas atitudes são construtivas. Os componentes comuns em todas as suas definições: (i) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; (ii) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive; e (iii) aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Baggio e Baggio (2014) revelam algumas habilidades do empreendedor:

I – Técnicas: boa redação e expressão verbal, tino administrativo, domínio de tecnologias, capacidade de organizar e construir rede de relacionamento etc.

II - De gestão: fixar metas; ações de marketing, finanças e contabilidade; lançar novos empreendimentos e consequente crescimento etc.

III - Pessoais: disciplina, capacidade de correr riscos, inovação, mudança, persistência e etc.

Diante do que já se desenvolveu sobre a plataforma teórica que sustenta esta pesquisa, entende-se ser possível descrever o delineamento adotado para buscar responder à questão norteadora desta pesquisa.

3. PROCESSO METODOLÓGICO

Gil (2010, p. 1) ensina que “a pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema”. Portanto, para buscar respostas na direção de identificar as tipicidades que diferenciam o batedor artesanal de açaí do empreendedor tradicional e quanto aos objetivos mais gerais, além de ter-se o propósito de proporcionar maior familiaridade com o problema, adotou-se tipo de pesquisa exploratória, porém com viés descritivo já que também se tem intenção de descrever as tipicidades do batedor artesanal de açaí.

Já em relação ao método empregado, a investigação trata de uma pesquisa bibliográfica ao adotar dados secundários extraídos de trabalhos anteriores, especialmente artigos e livros que exploram o tema, mas com o afã de confirmar os dados extraídos buscou-se entrevistar batedores-gestores e por meio de perguntas abertas.

Esses batedores entrevistados, conforme será pormenorizado em seguida, são profissionais maduros no segmento varejista do açaí e que gerenciam de forma pessoal e direta seus estabelecimentos de produção e venda do vinho.

4. ANÁLISE DO RESULTADO

4.1 Entrevistas aos batedores artesanais de açaí

Dois gestores foram entrevistados por meio de questionamentos iguais compostos por *mix* de questões abertas e fechadas, fato que permitiu a comparação entre as respostas. Esses gestores trabalham em ponto de produção e venda que os caracteriza como batedores artesanais tradicionais, assim o ponto é localizado em bairro periférico da cidade de Belém e situado na região frontal de suas residências com espaço físico construído em alvenaria de aproximadamente 3 x 3 metros. As entrevistas ocorreram no término de trabalho diário por volta das 14 horas e foram compostas pelos seguintes questionamentos:

1. **Dados pessoais :** (i) nome; (ii) idade; (iii) número de componentes da família; (iv) tempo de atuação no segmento do açaí; (v) como conheceu o segmento do açaí; (vi) se o imóvel de atuação é próprio ou alugado; (vii) qual o horário do seu trabalho.
2. **Dados voltados à atividade de bater açaí:** (i) você é o gestor do ponto; (ii) quantos litros aproximadamente você vende por dia; (iii) como você conheceu o segmento de produção e venda de açaí em medida de litro e para o consumo do cliente final; (iv) quantas pessoas trabalham em seu ponto; (v) existe relação de confiança entre você e seus fornecedores. Se existe, como ocorre; (vi) existe relação de confiança entre você e seus clientes. Se existe, como ocorre; (vii) você é formalizado como Microempreendedor Individual (MEI) e possui CNPJ. Porquê; (viii) você acha que a atividade é lucrativa; (ix) você intenciona expandir seu negócio; (x) no segmento do açaí você pretende trabalhar com novos produtos; (xi) você tem alguma inovação em sua atividade profissional; (xii) seus processos de produção e venda são bem definidos e estão escritos; (xiii) você tem meta de produção e venda; (xiv) você tem algum registro ou controle contábil das atividades; (xv) você deseja falar (expressar) alguma coisa sobre o tema da entrevista.

4.2 Análise das respostas dos batedores

4.2.1 Dados pessoais

O Quadro 1 sintetiza os dados pessoais dos batedores entrevistados, por oportuno e por questões éticas, esses serão identificados pelo primeiro nome o que preservará, em parte, suas identidades.

Quadro 1. Dados pessoais

Nome	Idade	Nº. Componentes da família	Tempo de atuação com o açaí	Como conheceu o segmento	Imóvel é próprio	Horário de trabalho
Renato	43	2	23 anos	Esposa advinda do interior	Sim	8 -15 h
Douglas	22	4	8 anos	Família trabalha com o açaí	Não, alugado	8-14 h

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Depreende-se do Quadro 1 que o batedor Renato é um homem na maturidade etária, já o Douglas é jovem e que o clã familiar é de no máximo de 4 membros, porém ambos atuam no segmento do açaí cuja média temporal é em torno de 15 anos. Ambos tiveram o primeiro contato com o negócio voltado ao fruto do açaí por meio de familiares originários de região rural da Amazônia brasileira. Essas identificações estão em acordo com que consta nas pesquisas de Costa (2016) e Veloso (2021).

Já em relação ao ponto de produção e venda do vinho de açaí, depreende-se que enquanto o do Renato é próprio, o em que o Douglas trabalha é locado, porém de uma maneira ou de outra são custos que sob o conceito de custo de oportunidade são inerentes à atividade de produção e venda do açaí e, nesse pensamento, Furtado et al. (2020) recomendam que, para maior efetividade dos resultados e melhoria na tomada de decisão, os batedores deveriam realizar o controle e cômputo de todos os custos e despesas.

O horário de trabalho diário de ambos ocorre entre 8 h e 15 h, porém o trabalho em campo por meio de observação identificou que, como regra, o encerramento da atividade diária poderá ocorrer antes das 15 horas e isso acontece quando o estoque diário produzido for totalmente vendido.

4.2.2 Dados voltados à atividade de bater açaí

Em relação à análise das respostas dos batedores, esta fase será bifurcada em análise das respostas voltadas às atividades gerais e outra às específicas do batedor.

Quadro 2 – Atividades gerais do batedor

Nome	É gestor do ponto	Litros produzido e vendidos/dia	Como conheceu o segmento do açaí no varejo	Quantos trabalham no ponto	Confiança Com fornecedores	Confiança com clientes
Renato	sim	50 litros	Esposa colhia o fruto na zona rural	2	Sim, face o tempo de trabalho juntos, não falta caroço para mim	Sim, para alguns vendo a prazo para pagamento mensal
Douglas	sim	60 litros	Família trabalha do açaí : avós e pais	4	Sim pois não falta materiais	Sim, alguns a relação é de amizade

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Depreende-se do Quadro 2 que os entrevistados são gestores de seus pontos, com produção e venda de açaí em volumes próximos, e que ambos têm como origem do conhecimento sobre o segmento do açaí a zona rural da Amazônia, realidade que vai ao encontro do que identificam Palhares (2016), Costa (2016) e Silva (2021), quando externam que o processamento e o consumo do açaí têm uma história milenar na Amazônia. Nesta análise, Dolabela (2002) declara que a terminologia empreendedorismo é utilizada para designar os estudos relativos ao empreendimento, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades. Assim, a atividade de produção e venda de açaí em ponto fixo está sob a guarida conceitual de empreendimento.

Ademais, o envolvimento da família no negócio também é acentuado de modo que Costa (2016) explica que as unidades produtivas batedoras de açaí possuem estrutura híbrida, desse modo, se em parte são empresas camponesas, em face da centralidade das decisões serem alicerçadas na família, por outro lado, têm a característica de empresa patronal, em que parte dos trabalhadores são assalariados.

Quando questionados sobre a confiança no relacionamento com fornecedores e clientes, os entrevistados responderam existir e que o tempo desse relacionamento comercial os aproximou. Que em alguns casos tanto os fornecedores quanto os clientes passaram a ter relação também de amizade, o que os possibilitou transações com pagamento “a prazo” e não “à vista”, o que não é característica do segmento. Essa relação de confiança fora identificada por Ribeiro (2016) assim como por Araújo (2020).

4.2.3 Voltada às atividades específicas do batedor

Já em relação à atividade desenvolvida de forma específica pelo batedor foi possível identificar:

Quadro 3 – Atividades específicas do batedor

Nome	É MEI	Atividade é lucrativa	Intenciona expandir	Intenciona trabalhar com novos produtos	Destaca alguma inovação?	Processo de produção é formalizado	Tem controle contábil
Renato	não	Sim	não	Não	Sim, aquecimento da água no fogão a gás	não	Não
Douglas	não	Sim	não	Não	Sim, entrega sem taxa adicional	não	Não

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Depreende-se do Quadro 3 que os batedores não são formalizados, portanto não são optantes pelo programa do Microempreendedor Individual (MEI), resultado já apontado pelas pesquisas de Araújo (2020) e Furtado et al. (2020). Realidade esta que inibe algumas ações de gestão em busca de capital de terceiros por meio de empréstimos ou financiamentos junto às instituições financeiras. Esta realidade dificulta ações empreendedoras sublinhadas por Schumpeter (1984), como a criação de novos produtos e o alcance de outros mercados e, em decorrência disso, mitiga o aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios. Desse modo, observa-se que o batedor de açaí é tipo de empreendedor que Leite e Oliveira (2007) classificam de empreendedor por necessidade que cria o negócio por não ter outra alternativa.

Os empreendedores batedores de açaí entendem ter lucros na atividade, porém não intenciam expandir o negócio. Sendo assim, as observações em campo evidenciam que os ativos fixos como a máquina batedora e instalações não são repostas ou mantidas em bom estado de conservação. Esta realidade encontrada contradiz o que Hisrich e Peter (2004) entendem ser o papel do empreendedorismo como além do aumento da produção ou renda, mas sim iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade.

Ao avançar, percebe-se que o batedor de açaí está plenamente conformado com o estágio atual de sua atividade e, de fato, não pensa incursionar na direção de novos produtos e mercados, as inovações citadas são relativamente tímidas e não trazem reflexos na redução de custos e acréscimos de receitas e resultados.

Baggio e Baggio (2014) entendem que o empreendedor deve fazer e acontecer, adicionada à criatividade e motivação, com o prazer de realizar sinergia e inovação a projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos, além de ter comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas.

Quanto ao processo de produção e venda, embora aconteça de forma sistemática e padronizada, esse está na mente do batedor, para mais inexistente qualquer controle gerencial-contábil (ARAÚJO, 2020; FURTADO et al., 2020). Neste aspecto, dentre as habilidades do empreendedor sobressaltadas por Baggio e Baggio (2014) estão: (i) tino administrativo; (ii) capacidade de organizar; (iii) fixar metas, ações de finanças e contabilidade. Observa-se que estas não estão presentes no cotidiano das atividades de produção e venda de açaí executadas pelos batedores artesanais.

5. CONCLUSÃO

O propósito desta pesquisa foi identificar as tipicidades do batedor de açaí que as diferencia dos empreendedores tradicionais e é possível expressar que o batedor artesanal de açaí é um empreendedor com significativas diferenças quando comparadas com as prescritas na literatura e que identificam o empreendedor tradicional.

Sim, é possível caracterizá-lo com empreendedor, pois inobstante as inúmeras limitações, o batedor artesanal de açaí possui parte dos componentes comuns a todas as definições expressas na literatura sobre o tema, qual seja, ter iniciativa para criar o negócio e paixão pelo que faz, por outro lado lhe falta, em número maior, as seguintes tipicidades que caracterizam a maioria dos empreendedores tradicionais como a iniciativa para criação de novos produtos e o consequente alcance de novos mercados diminuindo assim, o aproveitamento de novas oportunidades de negócios.

Ainda, em relação às características empreendedoras expressas na literatura, as quais o batedor tradicional não as possui, frisa-se a diminuta iniciativa de constituir mudanças na estrutura do negócio e na sociedade, bem como poucas ações possíveis de propiciar riscos ao negócio o que denota certo conformismo com o estágio de sua atividade.

A busca por inovações também é tímida e as envidadas pouco contribuem para reduzir custos e incrementar receitas com isso não favorecendo a competitividade do negócio. Observou-se que o processo de produção e venda é bem definido, porém não está expresso inibindo, à vista disso, ações que possibilitem ajustes e melhoramentos.

Quanto aos controles gerenciais voltados a metas de produção e venda, bem como a gestão de custos e incrementos de receitas e registros contábeis, como regra esses não existem o que leva a crer ausência de tino administrativo.

De modo que é possível concluir que o batedor artesanal de açaí é detentor de poucas identificações que caracterizam a tipicidade do empreendedor tradicional, assim grande parte dessas características empreendedoras eles não a possuem o que não deixa de caracterizá-lo como empreendedor, porém com muitas limitações.

Sugere-se novas pesquisas no propósito de identificar o que leva o batedor artesanal de açaí a possuir as limitações empreendedoras prescritas na literatura e, após a identificação desses motivos, buscar ações que possam reverter esse preocupante cenário ameaçador de sua continuidade.

Aponta-se como limitação a essa investigação entrevistar somente dois batedores, porém evidencia-se que não se esteve diante de uma pesquisa de caráter quantitativo e que o comportamento dos entrevistados possibilita representar grande parte desses atípicos empreendedores batedores de açaí.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, D. do N. (2020). As perspectivas de competitividade dos batedores artesanais de açaí com selo 'Açaí Bom'. **Gestão da produção em foco: uma abordagem holística** Piracanjuba-GO Editora Conhecimento Livre.

BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v.1, n.1, p. 25-38.

- CANTO, S.A.E. (2011). **Processo Extrativista do Açaí: Contribuição da Ergonomia com Base na Análise Postural Durante a Coleta dos Frutos**. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis-SC. 114 f.
- COSTA et al. (2018). A Constituição, Situação e Dinâmica de Arranjos Produtivos Locais: O Caso do APL de Açaí na Região do Grão-Pará (2002 a 2010). **Revista Análise Econômica**, Porto Alegre, v. 36, n. 69, p. 109-137, mar.
- COSTA, F. de A. (2016). **O açaí do Grão-Pará: arranjos produtivos e economia local – estrutura e dinâmica (1995-2011)**. 2016. 158 f. Tese (Professor Titular) – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA). Universidade Federal do Pará (UFPA). Belém-PA.,
- DOLABELA, F. (2002) **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados.
- DORNELAS, J. C. A. (2003). **Empreendedorismo corporativo**. Rio de Janeiro: Campus.
- DRUCKER, P. F. (2002). **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira Thomson.
- FURTADO et al. (2020). Fatores determinantes na formação de preço do litro do açaí. XVII CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 2020, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, SP, jul.
- GIL, A. C. (2010). **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- HISRICH, R. D.; PETER, M. P. (2004). **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA- IBGE. (2022). **Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura 2017 - PEVES**. Prod. Extr. veg. e Silvic., Rio de Janeiro, v.32, p.182017. Disponível em https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/15f538e9095614fc3204f828b22fa714.pdf> Acesso em 12 de jun.
- LEITE, A.; OLIVEIRA, F. **Empreendedorismo e Novas Tendências**. (2022). Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, 5, 1-35. Disponível em: <www.foreigners.textovirtual.com/empreendedorismo-e-novastendencias-2007.pdf> Acesso em: 13 mai.
- McCLELLAND, D. (1962). Business drive and National Achievement. **Harvard Business Review**. Jul/Ago. p.99.
- PALHARES, V.M.A. (2016). **Cabanagem Poema**. Belém Pará: Editora UNICON.
- PESSOA, E. **Tipos de empreendedorismo: - semelhanças e diferenças**. (2005). Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/tipos-de-empreendedorismosemelhancas-e-diferencas/10993>>. Acesso em: 12.mai.
- RIBEIRO, F. R. **História e memória: leituras sobre o trabalho com o açaí e suas transformações**. (2016). Dissertação (Mestrado em História Social da Amazônia) – Programa de Pós-Graduação em História Social da Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém.
- SCHUMPETER, A. J. (1984). **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

SILVA, H. (2021). A economia do açaí em Belém-PA: vida urbana e biodiversidade em uma experiência singular de desenvolvimento econômico. **Novos Cadernos NAEA**. v. 24, n. 3, p. 259-286, set-dez.

VELOSO, P. L. (2021). **Densidade, diversidade e dinamismo na economia popular:** um estudo sobre a distribuição espacial do comércio de polpa do açaí no município de Belém. 2021. 160 f. Dissertação (Mestrado em Economia). Programa de Pós-Graduação em Economia do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas-ICSA da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Pará.