

EMPREENDEADORISMO E TIPOS DE EMPREENDEDORES: ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE ARAXÁ – MG

ENTREPRENEURSHIP AND TYPES OF ENTREPRENEURS: CASE STUDY IN ARAXÁ – MG

Carlos Eduardo Alves Lima¹

Edson Rodrigo de Almeida²

RESUMO:

O empreendedorismo é um fenômeno que não se restringe à criação de empresas e inovações nas empresas, mas se manifesta de diversas formas, e este pode ser abordado como algo que reside na ação, ou seja, a ação resulta em uma ação empreendedora e permite a caracterização de tipos diferentes de empreendedores. O objetivo deste trabalho foi identificar e caracterizar ações empreendedoras associadas a tipos de empreendedores, no Município de Araxá. Partindo da Tipologia de Empreendedores proposta por Vale, Amâncio e Lima (2006), foi desenvolvida pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa. Realizou-se um estudo de caso, cuja unidade de análise foram gestores e empreendedores de micro e pequenas empresas (MPEs), associações e instituições da Microrregião de Araxá. Utilizando um roteiro semiestruturado, foram feitas entrevistas com 7 empreendedores de diversos segmentos de atuação, sendo que todos participam, direta ou indiretamente, de algum tipo de rede. O tratamento dos dados foi feita por meio de análise de conteúdo. Os resultados confirmam o potencial empreendedor do município de Araxá, e o papel estratégico dos empreendedores entrevistados no desenvolvimento integrado das comunidades das quais fazem parte. As ações coletivas relatadas por eles focam principalmente na qualificação e educação da comunidade e da mão de obra local, acesso a crédito a empresários de micro e pequeno porte, intervenção junto à esfera política na busca de melhores condições de trabalho e participação mais ativa da comunidade por eles representada. Verificou-se também a coerência entre as ações, os discursos e os resultados atingidos para suas empresas e para a coletividade.

PALAVRAS-CHAVES: Empreendedorismo; Ações Empreendedoras; Tipos de Empreendedores; Ações Coletivas.

ABSTRACT:

Entrepreneurship is a phenomenon that is not restricted to business creation and innovation in companies, but manifests itself in various ways, and this can be approached as something that resides in the action, ie, the action results in an entrepreneurial action and allows characterization of different types of developers. Entrepreneurship is a phenomenon not restricted to business creation and innovation in companies, but manifests itself in different ways, considering different types of entrepreneurs. The aim of this study was to identify and characterize entrepreneurial activities associated with types of entrepreneurs in the municipality of Araxá, Minas Gerais. Based on the entrepreneurs typology proposed by Vale, Amâncio and Lima (2006), was developed a descriptive, qualitative approach. It was conducted a case study, whose unit of analysis were managers and entrepreneurs of micro and small enterprises (MSEs), associations and institutions of Araxá

¹ Mestre em Administração pela Faculdade Novos Horizontes e graduado em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário do Planalto de Araxá. Instrutor do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/3144980173335984>.

² Mestre em Administração pela Faculdade Novos Horizontes e graduado em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário do Planalto de Araxá. Professor da Universidade Federal de Viçosa. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/6814196713675554>

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

Microregion. Semi-structured interviews were conducted with seven entrepreneurs in various segments, all of which participate directly or indirectly in any type of network. Data analysis was performed using content analysis. The results confirm the potential entrepreneur of Araxá, and the strategic role of the entrepreneurs interviewed in the integrated development of communities to which they belong. The collective actions reported focus primarily on the skills and education of the community and the local workforce, access to credit to micro and small entrepreneurs, intervention in the political sphere in search of better working conditions and more active participation of the community they represent. There was also consistency between the actions, speeches and the results achieved for their business and the community.

KEYWORDS: Entrepreneurship; Entrepreneurial Activities; Types of Entrepreneurs; Collective Actions.

1 – INTRODUÇÃO

No atual contexto de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações e até mesmo sua sobrevivência depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem não só identificar novas oportunidades de negócio através de um processo visionário, mas também combinar recursos e habilidades de forma inovadora para a concretização de uma ideia e conduzir de forma eficaz o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre a empresa, seus membros e o mercado, altamente competitivo. O empreendedor precisa ter competências que possibilitem não só inserir uma empresa no mundo dos negócios, como também, manter sua sobrevivência. Ele deve estar capacitado para criar e conduzir a implementação do processo criativo, elaborando estratégias que permitam o desenvolvimento da sua organização, pois o empreendedor é caracterizado como um indivíduo que possui altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados, o capacitam a transformar o que frequentemente começa como uma ideia (visão) simples e mal definida em algo concreto (KETS DE VRIES, 2001).

O final do século XX foi marcado com o surgimento do fenômeno denominado “fim do emprego”, resultado do processo de globalização, *downsizing* e reengenharia, o mercado de trabalho inicia um processo de mudança e [re]estruturação. Entretanto, novas formas de tecnologia gerencial surgem como alternativas de empregabilidade. O empreendedorismo aparece, nesse cenário, como mais um caminho a ser ofertado para a geração de empregos, contribuindo para a diminuição do índice de mortalidade das pequenas empresas e para o desenvolvimento local (PAIVA JR.; CORDEIRO, 2002; PAIVA JR.; CORRÊA; SOUZA, 2006).

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

Para Seiffert (2005), a atividade empreendedora é arriscada, porque é sempre incerta e dinâmica, apresentando altas taxas de fracasso. Além disso, também é complexa, pois é afetada por uma série de fatores econômicos, sociais e institucionais, requerendo uma fusão ótima de talentos, ideias e conhecimento.

No Brasil, o empreendedorismo tem recebido atenção do Governo e também de entidades de classe. Pode-se dizer que o maior motivo dessa necessidade de se tratar sobre o assunto, é a preocupação com empresas duradouras e a necessidade de redução da taxa de mortalidade de empresas. A sobrevivência desses empreendimentos é condição indispensável para o desenvolvimento econômico do País (SEBRAE, 2011).

Pesquisas medindo a Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil (SEBRAE, 2011), mostram um grande avanço neste quesito, estudos realizados pelo Sebrae (2004; 2007; 2011), trazem dados que demonstram esta melhora na taxa de sobrevivência das MPEs. De acordo com os estudos, em 2004, taxa de mortalidade das empresas com até 2 anos era de 49, 4% (SEBRAE, 2004), já no relatório de 2011, a taxa de mortalidade de empresas de 2 anos caiu para 26,9% (SEBRAE, 2011).

O termo empreendedorismo tem origem na história militar francesa do século XVII e fazia referência àqueles que conduziam expedições militares (KORNEIJEZUK, 2004). Ainda segundo este autor, o primeiro a usar o termo “entrepreneur” no contexto empresarial foi Richard Cantillon, no século XVIII, referindo-se àquele que compra bens e serviços por um preço com intenção de vendê-los futuramente.

Um dos marcos teóricos sobre o tema empreendedorismo data do século XX e foi desenvolvido por Schumpeter, destacando a importância do empreendedor no desenvolvimento econômico e na sobrevivência do capitalismo. Seu trabalho consolidou o conceito de empreendedorismo, que era definido como:

Atitudes que estão presentes em apenas uma pequena fração da população é que definem o tipo de empreendedor e também a função empresarial. Essa função não consiste essencialmente em inventar nada ou criar condições para serem exploradas por uma empresa. Consiste em fazer as coisas acontecerem (SCHUMPETER, 1984, p. 32).

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Para esse autor, o empreendedor é responsável pela destruição criativa através da constante inovação. Esse fenômeno era considerado um antídoto para uma sociedade capitalista burocrática, na qual novos produtos deveriam ser induzidos para manter operando a dinâmica do sistema econômico. O empreendedor tinha função social ao provocar inovação e crescimento econômico, entendido pelo autor como desenvolvimento.

Embora exista consenso sobre a importância do empreendedor na dinâmica do sistema econômico vigente, o tema tem sido aprofundado teórica e empiricamente de forma mais ampla somente nos últimos 30 anos. Apresenta-se igualmente como uma área de teoria em formação, com muitos subtemas e conceitos também em desenvolvimento, um dos quais é o de empreendedorismo coletivo (SEIFFERT, 2005).

Nesse contexto, as pequenas empresas têm papel crucial, já que a observação de uma oportunidade e criação de um negócio próprio faz parte do processo empreendedor (MARIANO; MAYER, 2008).

Bocayuva (2001) reforça a concepção de que o empreendedor transcende o papel tradicional vinculado a esse ator, de transformar oportunidades e desafios em negócios de sucesso, e destaca também, os chamados 'empreendedores coletivos' capazes de catalisar possibilidades num ambiente socioproductivo local. "Os novos atores potencialmente presentes no território, entendido como espaço produtivo, podem apreender e animar as potencialidades de cooperação e ação solidária para gerarem novas estratégias de desenvolvimento" (BOCAYUVA, 2001, p.52).

A abordagem de redes, como expressão dos novos arranjos interorganizacionais que emergem na atualidade, indica o incremento dos processos de interdependência entre atores e organizações, particularmente entre agentes públicos e privados (MOURA GONSALO, 2004, p. 69).

Conforme observado por Martinelli e Joyal (2004), os pontos que caracterizam a existência das redes são: valores e objetivos compartilhados; autonomia de cada integrante; vontade de entrar e permanecer na rede; multiliderança; descentralização e múltiplos níveis ou segmentos autônomos, como possíveis desdobramentos da rede.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Quando se fala em rede, pensa-se em parceria. Nesse sentido, o desenvolvimento local converge para o esforço coletivo de um grupo de indivíduos que têm um objetivo comum. Segundo Martinelli e Joyal (2004), não faltam exemplos de comunidades fortemente afetadas pela transformação de sua estrutura econômica, em que a união de esforços de uma gama variada de interventores foi capaz de insuflar nova energia.

Uma das principais redes sociais que empreendedores utilizam no Brasil são as Associações Comerciais e Industriais (ACI), presentes em diversos municípios brasileiros. Borges (2004) salienta que alguns empreendedores reconhecem a ACI como principal meio para se estabelecerem relações com outros empreendedores ou outras instituições, ou seja, possibilita a interação entre atores econômicos.

Dessa forma, o empreendedorismo não se restringe ao fato da criação de empresas e inovações nas empresas, é visto em diferentes perspectivas. Isso significa que há manifestações diversas do fenômeno, considerando-se tipos diferentes de empreendedores.

Vale, Amâncio e Lima (2006) propõem uma tipologia de empreendedores, relacionada aos vários modelos de redes organizacionais: o empreendedor clássico, associado ao modelo de empresa independente, cujo foco se restringe à ação individual; o empreendedor coletivo utilitarista, o qual foca sua ação em uma rede setorial de objetivo único, um grupo de empresas; o empreendedor coletivo setorial, atuando em redes setoriais de objetivos múltiplos, envolvendo a articulação de empresas de atividades afins, tanto concorrentes como complementares, trabalhando na perspectiva da “coopetição”, com várias ações coletivas possíveis; e os empreendedores coletivos sociais, agentes privilegiados de uma ação social, de caráter comunitário, tanto na solução de problemas de ordem social como na promoção de ações para o desenvolvimento territorial (VALE; AMÂNCIO; LIMA, 2006).

Considerando o município de Araxá em Minas Gerais, reconhece-se uma dinamização recente no campo de transformações sociais e econômicas marcadas por uma visão de empreendedorismo. Como resultado dessa nova dinâmica o ambiente vem sendo pontuado por uma grande proliferação de novos modelos e

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

sistemas produtivos, caracterizados, em geral, por uma forte ênfase na integração e cooperação entre atores econômicos e sociais distintos (VALE, 2004).

Diante da concepção de que o empreendedorismo não se restringe à criação de empresas, mas que existem diferentes tipos de ações empreendedoras, esta pesquisa foi realizada buscando resposta para a seguinte questão: *como se relacionam as Ações Empreendedoras aos diferentes Tipos de Empreendedores identificados no Município de Araxá- MG?*

Desse modo, procura-se destacar neste artigo, os seguintes objetivos: *Estudar ações empreendedoras associadas a tipos de empreendedores no município de Araxá-MG.* E para atender a este, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: Descrever o processo empreendedor na visão de empreendedores; Identificar as perspectivas das ações empreendedoras adotadas pelos entrevistados em relação à abordagem que os pautam; Classificar os empreendedores entrevistados na tipologia proposta por Vale, Amâncio e Lima (2006); Caracterizar as ações empreendedoras de diferentes tipos de empreendedores no município de Araxá.

Apresentando através da metodologia os caminhos percorridos para atingir os dados que são exibidos posteriormente na análise dos resultados, expondo ao final deste artigo algumas considerações acerca da pesquisa realizada.

2 – REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 – Abordagens do Fenômeno do Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fenômeno social que tem despertado interesse nos estudos recentes da administração contemporânea. A importância do empreendedorismo começou a se propagar a partir dos estudos de Richard Cantillon (1680 - 1734) e Jean-Baptiste Say (1767 - 1832), passando por Schumpeter (1883 - 1950) e sua visão sobre a importância da inovação (DOLABELA, 1999).

Os economistas foram os primeiros a identificar o empreendedorismo como um elemento útil à compreensão do desenvolvimento. Say considerava o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos empreendimentos

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

(FILION, 1991). Tanto Cantillon como Say viam o empreendedor como criador de riquezas e promotor do desenvolvimento econômico, por meio da abertura de empresas, sobretudo na área industrial que recebia destaque nas economias dos estados no século XVIII (GUEIROS, 2004; GUIMARÃES, 2004).

A partir de uma visão mais ampla do processo empreendedor, é possível estabelecer uma definição mais objetiva. Filion (1988), buscando um denominador comum entre os diferentes pontos de vista, estabelece a seguinte definição:

Um empreendedor é uma pessoa imaginativa caracterizada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos. Esta pessoa mantém um alto grau de vivacidade de espírito para detectar oportunidades. Enquanto ele/ela se mantém aprendendo sobre possíveis oportunidades e se mantém tomando decisões de risco moderado dirigidas à inovação, continua desempenhando um papel empreendedor (FILION, 1988, p. 161).

Na linha da criatividade, caminha a inovação. O processo de criatividade inspira a constante inovação para os empreendedores. Drucker considera que:

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Ela pode bem ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada. Os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. E os empreendedores precisam conhecer e pôr em prática os princípios da inovação bem-sucedida (DRUCKER, 1987, p. 33).

O momento atual pode ser considerado a era do empreendedorismo, uma vez que os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2001). Essa ideia, que remete à importância do tema, é reforçada por Dolabela (1999) quando diz que o empreendedorismo conduz ao desenvolvimento econômico e gera e distribui riquezas e benefícios para a sociedade. Drucker (1987) salienta que o empreendedorismo gera ideias e ações, tanto num plano individual como coletivo, que se coordenam para um resultado organizado:

O espírito empreendedor é, portanto uma característica distinta seja de um indivíduo, ou de uma instituição. [...] Qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar pode aprender a ser um empreendedor e se comportar como tal. O empreendedorismo é um comportamento, e não um traço de

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

personalidade. E suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição (DRUCKER, 1987, p.33-34).

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio (FILION, 1991). Por ser uma pessoa visionária e orientada para a realização, se dispõe a assumir riscos e é responsável por suas decisões. Os principais traços que caracterizam o empreendedor são: iniciativa, independência, autoconhecimento, autoconfiança, automotivação, criatividade, flexibilidade, energia, integridade, perseverança, otimismo, convencimento, planejamento, sensibilidade, resistência à frustração, relacionamento interpessoal, comunicação, organização, conhecimento de mercado, capacidade de identificar oportunidades e disposição para assumir riscos, aptidões empresariais, liderança, capacidade de negociação, entre inúmeras outras, que em conjunto formam o perfil do empreendedor, determinando sua maneira de pensar e agir no propósito de criação de algo inesperado.

Os economistas conseguiram identificar qual era a atividade do empreendedor e o que ele significava para o desempenho econômico, mas não conseguiram criar uma ciência baseada no comportamento dos empreendedores, ou seja, não conseguiram identificar as características que faziam do indivíduo um ser empreendedor. Isso foi o que levou o estudo do empreendedorismo a voltar-se para os comportamentalistas, na busca do entendimento do comportamento e atitudes do empreendedor, bem como na identificação das características que guiam suas ações. Uma das primeiras e mais importantes pesquisas das raízes psicológicas sobre empreendedorismo foi exposta no início dos anos 60 por David McClelland, através da qual identificou dez características empreendedoras: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança (SEBRAE, 1990).

A abordagem comportamentalista dominou o estudo do empreendedorismo por mais ou menos vinte anos e nos anos 80 o empreendedorismo atraiu a atenção de outras ciências, crescendo e espalhando-se por quase todas as áreas de conhecimento.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

Embora os comportamentalistas tentem categorizar um perfil empreendedor, os empreendedores não representam um grupo homogêneo, pois assumem muitas formas diferentes, cada um com suas características próprias. Manfred Kets de Vries (2001) detalha as características únicas e algumas vezes peculiares que formam o empreendedor. Diz que “os empreendedores parecem ser orientados para a realização, gostam de assumir responsabilidades por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro” (KETS DE VRIES, 2001). Para o autor, os empreendedores geram um entusiasmo contagiante dentro da organização e transmitem um senso de propósito e determinação. Sabem como liderar uma organização e dar-lhe impulso e, por isso, representam a força motriz da economia, a riqueza de uma nação e seu potencial para gerar empregos.

2.2 – Ações Empreendedoras e Empreendedorismo Coletivo

Na construção da definição de empreendedorismo como fenômeno social, abre-se a vertente do contexto. O indivíduo torna-se empreendedor pela busca da oportunidade no ambiente. Lima (2008) aborda a problemática do empreendedorismo recorrendo à noção de gestão empreendedora. O indivíduo torna-se empreendedor na medida em que realiza a ação empreendedora. Abre-se, assim, uma relação entre organização e ambiente, verificando-se um fenômeno de co-criação desse ambiente e da organização. As ações empreendedoras constituem o fenômeno central, de modo que o empreendedorismo consistiria na resultante dessa interação, reconciliando oportunidades e ações.

Alvarez e Barney (2007), ressaltam que não haveria busca de oportunidades, existiriam, ao contrário, ações empreendedoras que representam construções sociais. Tanto pela identificação de ações sobre elas, como pela criação efetiva delas, as oportunidades constituiriam os elementos centrais que, desde que objeto de ações empreendedoras, configurariam situações de empreendedorismo.

Lima (2008) pondera sobre o tema empreendedorismo como não restrito à criação de empresas, e que este pode ser abordado como algo que reside na ação. Ou seja, essa ação é que resulta em uma ação empreendedora e permite configurar, em si, o objeto de estudo, a organização transformada, o agente

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

tornando-se empreendedor. Nessa perspectiva, considera a gestão como ação empreendedora e o ato de empreender como um comportamento transitório. Uma criação de empresa pode ser um ato empreendedor, mas a não continuidade dessa empresa pode resultar de outras ações não empreendedoras.

A consideração das ações empreendedoras como tema central em estudos sobre empreendedorismo permite tratar de modo diferente pontos que podem ser considerados tradicionais nesse campo e por isso mesmo elementares. Ao deslocar o foco da figura do agente, do empreendedor como um agente ideal, abrem-se possibilidades para abordar o empreendedorismo em uma perspectiva mais ampla, como, por exemplo, a visão do empreendedorismo em *clusters*, a visão do empreendedor em redes, centrando o sucesso, a inovação na construção de redes, o que também contribui para uma visão diferente, trazendo implícita a consideração da ação empreendedora (VALE, 2005).

Nessa visão, as organizações criam alianças para administrar a incerteza ambiental e para satisfazer suas necessidades de recursos. Conseqüentemente, elas cooperam entre si com vistas a adquirir e otimizar benefícios que possam auxiliá-las a enfrentar as ameaças externas. As redes horizontais podem ser definidas como interações sociais, que envolvem um grupo de empresas buscando interesses comuns, que requerem ações conjuntas e que podem ser realizadas coletivamente e não individualmente (HARDIN, 1994).

Essa ação coletiva se refere às atividades que requerem a coordenação de esforços de dois ou mais indivíduos. Por isso, uma ação coletiva envolve a cooperação entre os indivíduos fora do sistema hierárquico (SANDLER, 1995).

Em uma mesma linha, considera-se que aprendizagens regionais, aprendizagens coletivas e estratégias coletivas trazem em seu escopo a ação empreendedora coletiva. Essa perspectiva permite abrir campo para a qualificação de empreendedores e não exclusivamente para conceituar ou observar um empreendedor. Vale, Amâncio e Lima (2006) abordam essa problemática, retomando a visão de empreendedor coletivo de Dolabela (2003 a), bem como o conceito de empreendedor social de Bornstein (2004) e de “empresário político” de Negri (2002). Trata-se de buscar uma qualificação para um tipo de agente na

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

perspectiva também presente em Fillion (2001) que denomina de *networkpreneurs* aos empreendedores envolvidos com a gestão de redes empresariais.

Vale, Wilkinson e Amâncio (2008) apresentam duas abordagens independentes de visão do empreendedor: a do empreendedor como articulador de redes e a do empreendedor como agente de inovação.

Conforme Martinez (2004), o empreendedorismo coletivo não é simplesmente a soma do empreendedorismo individual de cada membro da equipe, pois em muitos casos, um indivíduo sozinho não é empreendedor, mas quando trabalha em equipe, se torna um empreendedor. “O empreendedorismo coletivo é um esforço baseado em uma equipe que recorre ao talento e criatividade de cada um.” (MARTINEZ, 2004, p. 91). Neste contexto, o empreendedorismo coletivo significa uma melhoria constante envolvendo a todos para o trabalho em conjunto. O autor salienta que tanto a capacidade coletiva de identificar oportunidades, quanto a capacidade coletiva de responder a essas oportunidades são componentes importantes desse tipo de empreendedorismo.

No entendimento de Melo Neto e Froes (2002), as principais características do empreendedorismo coletivo são: a ênfase na dimensão política de integração das interfaces entre a produção realizada por diversas empresas; a viabilização das condições sociais, administrativas e políticas de produção e a representação no exterior da capacidade produtiva do distrito industrial ou *cluster*.

De acordo com o entendimento de Vale (2006), à medida que uma organização avança em direção a uma maior interação com outras, vai, também, ampliando não só sua participação em novas redes ou em redes mais abrangentes, mas também o estoque total de capital social do território onde elas se localizam, o que repercute no próprio processo de desenvolvimento local. As discussões correntes no contexto da teoria institucional, em torno do processo de adaptação, que leva diferentes organizações a adotarem estruturas organizacionais semelhantes, podem ser bem elucidativas desse fenômeno.

Dessa forma, quanto mais redes e conexões de interesse socioeconômico existirem em um dado território — conectando os atores produtivos entre si e estes com o restante do mundo e os centros mais dinâmicos —, maior o estoque de capital relacional aí existente e maiores suas perspectivas de crescimento e

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

desenvolvimento. De particular importância nesse contexto é a inserção das empresas em vários tipos de redes locais (VALE, 2006).

2.3 – Tipos de Empreendedores e Tipologia de Empreendedores

Cunningham e Lischeron (1991) identificaram seis escolas de pensamento acerca do empreendedorismo, cada uma com uma perspectiva distinta sobre o que caracteriza e quais são as capacidades do empreendedor. São elas: a Escola do “Grande Homem”, que percebe a capacidade de empreender como uma característica inata; a Escola das Características Psicológicas, que atribui aos empreendedores valores, atitudes e necessidades únicas que se desenvolvem ao longo da vivência do indivíduo; a Escola Clássica, que vê como a principal característica do empreendedor a capacidade de inovar; a Escola da Gestão, que evidencia as capacidades gerenciais do empreendedor; a Escola da Liderança, que exalta a capacidade de motivar e criar empatia entre seus comandados e a Escola do Intraempreendedorismo, que valoriza as habilidades empreendedoras dentro de um ambiente organizacional (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991, p. 47).

Vale, Amâncio e Lima (2006) propõem que diferentes espaços coletivos pressupõem a presença de distintos perfis empreendedores. Os autores sugerem, ainda, uma tipologia de empreendedores coletivos a partir da combinação de sete diferentes características que estão, em menor ou maior grau, presentes em todas as iniciativas empreendedoras; natureza do foco da ação (escala de evolução entre, por um lado, maior valorização da ação individual e, por outro, maior valorização da ação coletiva); usufruto da geração de valor resultante da ação (apropriação privada versus ganho coletivo); abrangência da inovação gerada (concentrada versus difusa); fonte de comprometimento para a ação (egoísmo versus altruísmo); natureza de incentivo original de ator (valores tangíveis/ materiais — como lucro e remuneração — versus intangíveis/ simbólicos — como crença, ideologia); natureza do interesse (imediato versus médio/longo prazo); capacidade de geração de capital social (baixo versus alto).

Vale, Amâncio e Lima (2006), dessa forma, idealizam um tipo de empreendedor predominante em cada caso, o que representa uma diferenciação em

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

relação ao empreendedor clássico, amplamente explorado na literatura. A partir do conceito básico de empreendedor clássico, existe para cada tipo de rede interorganizacional, um diferente perfil de empreendedor coletivo.

O Empreendedor Clássico (EC), associa-se ao modelo da empresa independente, seu foco restringe-se à ação individual; apropriação privada de valor; natureza da inovação concentrada na própria unidade produtiva; egoísmo como fonte principal de comprometimento; busca de incentivos tangíveis, associados à maximização do lucro; interesses voltados para obtenção de resultados imediatos; baixa ou nenhuma capacidade de geração de capital social.

O Empreendedor Coletivo Utilitarista (ECU), surge no contexto das redes setoriais de objetivo único e busca a otimização dos resultados coletivos de natureza mais utilitarista. Seu foco de interesse é o grupo de empresas; ocorre apropriação privada de ganhos obtidos coletivamente; existe certo aprendizado coletivo e capacidade de inovação interativa; o egoísmo convive com a preocupação com o sucesso do parceiro; o incentivo à ação é de natureza mais tangível e material, como, por exemplo, incrementar sua remuneração pessoal; é possível trabalhar com um horizonte de ganho em médio prazo; ocorre certa criação de capital social entre os membros. Esse empreendedor surge, muitas vezes, não para provocar o processo de cooperação, mas, sobretudo, para gerir e explorar esse processo, após certo estágio de evolução nas relações de confiança.

Os Empreendedores Coletivos Setoriais (ECSE), atuam em redes setoriais de objetivo múltiplo e são capazes de agir em um universo de interesses mais difusos e abrangentes. Seu foco dirige-se para as empresas de atividades afins — concorrentes ou complementares — e entidades de apoio empresarial existentes naquele setor e presentes no local; geram ganhos coletivos; permitem a criação e a difusão da inovação; buscam conciliar a competição com a cooperação (egoísmo com altruísmo); a natureza do incentivo é mista, oscilando entre o material e o simbólico; incrementam o capital social, que vai resultar, muitas vezes, em inúmeros tipos de ação cooperada específica.

E os Empreendedores Coletivos Sociais (ECSO), estão associados às redes comunitárias de interesse territorial e interessados na mobilização das forças vivas de uma dada comunidade para a solução de um determinado problema local

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

(postura reativa) ou para a promoção do desenvolvimento territorial (postura ativa). Seu foco volta-se para a valorização da ação comunitária, provocando, muitas vezes, o surgimento de um sistema de governança local; existe ganho coletivo na geração de valor; a inovação é amplamente compartilhada entre os membros do território; ocorre o comprometimento em função de preocupação com o destino coletivo; a fonte de incentivo está, em geral, vinculada a valores intangíveis e simbólicos, como crença e fé no poder criativo e no potencial da comunidade, na sua vontade de mudar etc.; os interesses são de prazo mais longo; existe alta capacidade de formação de capital social. Nesses ambientes, o clima favorável, o aprendizado e o efeito demonstração ajudam na formação e na proliferação de diversos tipos de redes, com múltiplos propósitos (VALE; AMÂNCIO; LIMA, 2006).

Essas quatro categorias de empreendedor coletivo, com suas respectivas características, podem ser visualizadas no quadro:

Tipos	Características da Ação Empreendedora						
	Foco	Apropriação de Valor	Inovação	Comprometimento	Incentivo	Interesse	Capital Social
EC	Individual	Privada	Concentrada na empresa	Egoísmo	Material / Tangível	Curto prazo	Nulo/Baixo
ECU	Grupo	Privada de ganho coletivo	Concentrada no grupo	Sucesso do grupo	Material / Tangível	Curto / Médio prazo	Médio
ECSE	Setor/Local	Coletiva	Difusa no setor / local	Interesses do segmento	Tangível / Intangível	Médio prazo	Médio/Alto
ECSO	Território/ Comunidade	Comunitária	Difusa no território	Altruísmo	Intangível / Simbólico	Médio / Longo prazo	Alto

Tipos de Empreendedores e Características Ação Empreendedora. Fonte: Vale, Amâncio e Lima (2006)

Segundo este modelo, desenvolvido por Vale, Amâncio e Lima (2006), há um tipo de organização e de mobilização organizacional, chamado pelos autores de Redes Comunitárias de Interesse Territorial, que situa-se no topo do processo de evolução das redes organizacionais e leva do patamar de empresa isolada às redes comunitárias de interesse territorial, onde diferentes organizações e atores sociais integram-se em um esforço coletivo de solução para um problema comunitário ou, ainda, em um trabalho ativo de desenvolvimento local. Esse desenvolvimento seria fruto da associação de diferentes organizações — empresas, instituições governamentais, entidades de apoio empresarial, agências de financiamento,

centros de pesquisa e desenvolvimento tecnológico —, entidades da sociedade civil e cidadãos interessados na construção de estratégias cooperadas de promoção do desenvolvimento da comunidade e do território. foi utilizado para a consecução dos objetivos desta pesquisa.

A pesquisa aqui relatada contempla esta abordagem, utilizando o modelo proposto por Vale, Amâncio e Lima (2006), e traz o Município de Araxá como um exemplo de Redes Comunitárias de Interesse Territorial. Nesse contexto, ela buscou uma melhor elucidação da ação empreendedora e dos tipos de empreendedores presentes no município de Araxá.

3 – METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia de investigação escolhida para este estudo foi pesquisa descritiva, sendo adotada uma abordagem qualitativa. Para Collis e Hussey (2005) o método qualitativo possibilita o exame e a reflexão sobre percepções de grupos, pessoas e atores sociais para obter entendimentos de atividades sociais humanas.

Quanto ao método, à estratégia de pesquisa foi o estudo de casos, e a unidade de análise escolhida para esta pesquisa foram empreendedores de micro e pequenas empresas (MPE), associações e instituições da Microrregião de Araxá. Optou-se pela utilização da técnica de entrevista por acessibilidade, ou seja, a seleção foi feita pela facilidade de acesso aos sujeitos (VERGARA, 2007).

Os sujeitos da pesquisa foram os gestores e empreendedores das MPEs. Participaram da pesquisa, empreendedores de diversificados setores que exercem atividades dentro de entidades representativas:

- Atacado e distribuição.
- Ensino de línguas;
- Ensino Profissionalizante;
- Imobiliário;
- Panificação;
- Saúde;
- Tecnologia e Ensino a distância;

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

Todos os empreendedores entrevistados participam direta ou indiretamente de algum tipo de rede, fator considerado como requisito para a seleção dos entrevistados.

O caráter qualitativo deste estudo está associado à aplicação de entrevistas com roteiros semiestruturados com os sujeitos da pesquisa. Os entrevistados foram escolhidos em função de sua atuação e relação com a Associação Comercial e Industrial de Araxá (ACIA), que pode ser de associados participantes de programas e iniciativas de caráter coletivo, ou podem ser relações de direção e gestão da instituição.

Foram realizadas 07 (sete) entrevistas, que foram agendadas previamente, de acordo com a disponibilidade dos entrevistados, e ocorreram, no próprio ambiente de trabalho dos sujeitos. Todas as entrevistas foram gravadas com gravador digital e, posteriormente, transcritas para análise de seu conteúdo. As entrevistas foram realizadas no período de 20/02/2012 a 03/03/2012.

O tratamento dos dados, em se tratando das evidências relativas à ação empreendedora, utilizou a técnica de análise de conteúdo, tendo em vista as características dos entrevistados e o caráter descritivo do estudo. Por meio de entrevista com roteiro semiestruturado, buscou-se a verificação das características das ações empreendedoras, diante dos diferentes tipos de empreendedores segundo a Tipologia de Empreendedores proposta por Vale; Amâncio e Lima, (2006).

4 – ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 – O Processo Empreendedor na Visão dos Entrevistados

Kets de Vries (2001) traz a concepção de um contexto de desafios e incertezas, onde indivíduos devem não só identificar novas oportunidades de negócio através de um processo visionário, mas também combinar recursos e habilidades de forma inovadora para a concretização de uma ideia e conduzir de forma eficaz o empreendimento.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

A empresa A está contextualizada no segmento ensino de línguas, e a entrevistada A1 relatou que participou da primeira turma da escola como aluna, quando a primeira proprietária necessitou se afastar da escola por motivos pessoais, indicou A1 para o cargo de professora, devido a seu destaque como aluna. A entrevistada relatou que, durante 06 anos, do momento em que começou a dar aula até a proposta de assumir a empresa, não tinham dúvida de que sua formação acadêmica na área de letras e o gosto pelo inglês fazia com que ela se dedicasse ao máximo:

No contexto do crescimento da empresa, a empreendedora reforçou alguns pontos de vista e relatou que a sempre enxergou com muita clareza, enfatizando que a empresa somente se desenvolve se quem estiver na sua frente se desenvolver também, e que isso acontece se o empreendedor tiver vontade e certo dom. Um outro fator é a questão do trabalho, quando afirma que, nunca teve medo de trabalhar e nem de volume de trabalho

Já a empresa B inserida no setor de panificação, conforme relato do empreendedor, está em sua terceira geração, desde 1910 (101 anos), há 79 anos no mesmo local. O empreendedor conta que saiu de Araxá com 17 anos, formado em Administração, voltou com 29, há 16 anos, onde revolucionou o setor, principalmente com a implantação do alto serviço, grande diferencial da empresa, uma vez que era tendência do mercado, a partir daí, foram realizados vários projetos e reformas.

Conta que, mais tarde, acrescentou à padaria, restaurante e lanchonete, implementando, recentemente, a parte de conveniência, agora há seis meses uma conveniência mais pesada voltada para a parte de supermercado. Então, tornou-se hoje uma empresa no ramo de alimentação que não é mais uma padaria.

A empresa C atua no segmento de Ensino Profissionalizante, o entrevistado ressalta que hoje é líder de mercado no segmento de cursos profissionalizantes e que isso gera uma grande responsabilidade de inserção desses jovens no mercado de trabalho. “Nós não aguardamos as coisas acontecerem, nós corremos na frente antes que elas aconteçam” (C1).

A empresa D, é uma distribuidora de gêneros alimentícios, material de limpeza e outros, caracterizando-se como um atacado. E o entrevistado D1, atua na área de compras de mercadorias e vendas, o entrevistado D1 gerencia as compras,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

relacionamento com fornecedores e atendimento a grandes clientes desde 1992 (20 anos). Considera que o diferencial da empresa, pelo fato de ser uma empresa araxaense, de ter um contato muito próximo e íntimo com os clientes, possibilita um atendimento muito rápido, e isso facilita bastante esse relacionamento com os clientes, trabalha com estoque de mercadorias onde pode atender variados volumes a qualquer demanda. Assim, o seu maior diferencial é ser um atacado local e regional, atendendo em um raio de atuação de no máximo 100 km de Araxá, portanto, o foco principal é Araxá. Por isso havia sempre a preocupação em atender da melhor maneira possível esses clientes localizados em Araxá.

A empresa E é uma instituição filantrópica, sem fins lucrativos, localizada em Araxá-MG. E seu gestor entrevistado E1 iniciou suas atividades em 1980, desde então o trabalho cresceu e evoluiu ao longo do tempo, passando por diversas fases de aprimoramento, adequando-se dia a dia a novos conceitos e realidades sempre sob a inspiração da Filantropia. A Casa do Caminho sobrevive basicamente de verbas do SUS e de doações espontâneas vindas da comunidade e de empresas comprometidas com o social que acreditam na seriedade e transparência do trabalho (Casa do Caminho, 2012).

Atuando como corretor de imóveis e seguros, o entrevistado F1 acumula quase 20 anos de experiência no segmento imobiliário, sendo colaborador de empresas referências no setor. A experiência e influência do empresário no segmento fez com que a Imobiliária se posicionasse entre as mais conceituadas da cidade em um curto espaço de tempo, fatores como o aquecimento do mercado imobiliário e a oferta de crédito para este fim fizeram com que o empreendimento com apenas dois anos e três meses se inserisse no mercado de forma incisiva. De acordo com o empreendedor, mesmo com esse aquecimento no mercado, ainda não foi suprido nem 10% do déficit habitacional nacional, o que gera uma expectativa favorável ao setor.

Empresa inserida no setor de Tecnologia e Educação à distância. O entrevistado G1, iniciou suas atividades no ano de 2002, sendo idealizada como um Trabalho de Conclusão de Curso em uma pós-graduação. O empreendedor define sua atuação como mais focada mais no aspecto no comercial e com o apoio na gestão, entretanto, durante todo o tempo do negócio, a parte da gestão e

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

desenvolvimento foi de sua responsabilidade. O empreendedor relata que hoje tem um foco muito grande em educação corporativa, ou seja, desenvolver conteúdos para empresas e aplicar internamente. Os seus processos foram montados para atender empresas que têm dispersão geográfica, por isso hoje a empresa atua em educação à distância e ferramentas de gestão, atendendo empresas do Brasil todo. Através de um esquema de web, a distribuição se dá via web, e a comercialização, muitas vezes, é física, mas o processo todo é desenvolvido para web.

Isso remete ao que afirma Kets de Vries (2001), o empreendedor gera um entusiasmo contagiante dentro da organização e transmite senso de propósito e determinação.

4.2 – Perspectivas das Ações Empreendedoras Adotadas pelos Entrevistados em Relação à Abordagem que os Pautam

Hardin (1994) pondera sobre a lógica organizacional, onde novas formas organizacionais permitem aos agentes econômicos responderem, de forma mais eficaz aos desafios impostos pela crescente complexidade do mundo globalizado. Dessa forma, as organizações criam alianças para administrar a incerteza ambiental e para satisfazer suas necessidades de recursos. Conseqüentemente, elas cooperam entre si com vistas a adquirir e otimizar benefícios que possam auxiliá-las a enfrentar as ameaças externas.

Para Sandler (1995), a ação coletiva se refere às atividades que requerem a coordenação de esforços de dois ou mais indivíduos. Assim, o alinhamento de interesses em uma ação coletiva não reside na equivalência do interesse próprio dos indivíduos, mas sim na constatação de que os indivíduos têm necessidades comuns, que só podem ser atendidas por meio de ações conjuntas.

A empreendedora A1 relata com relação ao papel de sua organização, que seu relacionamento com redes associativas é muito importante, pois tem a possibilidade de ver seu empreendimento de fora para dentro, ver como as outras empresas e as próprias organizações enxergam sua empresa. Ponderou ainda sobre um ditado que aplica no seu dia a dia, “As palavras falam, os números gritam” (A1), e sobre a oportunidade de se relacionar com empreendedores de outros

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

segmentos e perceber que as dificuldades são as mesmas, mas as oportunidades também.

Burt (1992) afirma que o empreendedor é aquele capaz de preencher as lacunas que se formam entre dois atores situados em redes – os “buracos estruturais” – e visualizá-los como oportunidades de novos negócios. Assim, o empreendedorismo compreende a habilidade de colocar juntas peças que, de outra maneira, estariam desconectadas.

Um relato que vai ao encontro desse pensamento para D1, é a importância do crédito para o desenvolvimento dos negócios. Segundo ele, há um economista brasileiro que fala que a segunda maior fonte de inclusão social, depois da educação, é o crédito.

Então a gente sente a importância do crédito para o desenvolvimento dos negócios, o Instituto de crédito ACIA, que chama Aciacred, é um órgão voltado exclusivamente para o microcrédito, tanto para as pessoas formais como os informais. Nós temos aqui, mecânicos, cabeleireiras, artesãos, sacoleiras, temos de tudo, esse é o nosso objetivo, pulverizar o crédito, atender o maior número de pessoas com a menor burocracia possível. (D1).

Para Silva (2008), as denominadas organizações sem fins lucrativos recorrentemente têm se utilizado das ferramentas gerenciais associadas à escola do empreendedorismo, o que possibilitou a emergência de uma nova conceituação nessa área de conhecimento: o empreendedorismo social (SILVA, 2008).

O relato do empreendedor A1 reforça esta linha de pensamento:

A Fundação de Apoio a Mulher Araxaense (FAMA), parceria com o poder público é algo que me requer tempo e muita energia, lá é muito mais uma doação, meu tempo, meu conhecimento e meu *network*, arrecadando fundos e passando a minha experiência administrativa, para ajudar a gerir o negócio de forma privada, de forma séria, eu acho que desta forma estou retribuindo para a sociedade as condições de vida que tenho aqui, as condições de estabelecer meu negócio em uma cidade que me proporciona qualidade de vida. (A1)

4.3 – Caracterização das Ações Empreendedoras de Diferentes Tipos de Empreendedores

Existem características associadas a iniciativas empreendedoras que auxiliam na compreensão de atributos geradores de respostas de valor na interação com grupos internos e externos da organização e, dessa forma, pressupõem a

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

presença de distintos perfis empreendedores a partir da combinação de sete diferentes características que estão, em menor ou maior grau, presentes em todas essas iniciativas empreendedoras.

Elas se vinculam a: natureza do foco da ação, em uma escala de evolução entre, por um lado, maior valorização da ação individual e, por outro, maior valorização da ação coletiva; usufruto da geração de valor resultante da ação, apropriação privada versus ganho coletivo; abrangência da inovação gerada, concentrada versus difusa; fonte de comprometimento para a ação, que vai do egoísmo ao altruísmo; natureza de incentivo original do ator, por um lado, valores tangíveis/materiais — como lucro e remuneração — e, de outro, intangíveis/simbólicos — como crença, ideologia; natureza do interesse do resultado imediato, frente a resultados em médio ou longo prazo; e a capacidade de geração de capital social, baixo versus alto (VALE; AMÂNCIO; LIMA, 2006).

Esses elementos são básicos no desenvolvimento de artefatos representativos, permitindo a classificação dos vários tipos de empreendedores. As categorias de análise foram definidas com base nas sete Características da Ação Empreendedora, propostas por Vale, Amâncio e Lima (2006), conforme antecipado no referencial teórico. E foram agrupadas conforme a intensidade desse atributo na ação empreendedora.

Os elementos do modelo selecionado para identificar e caracterizar ações empreendedoras foram verificados nos casos estudados e proporcionou a geração de um quadro-síntese a seguir que colaborou para a identificação dos tipos de empreendedores no município de Araxá-MG, segundo a Tipologia de Empreendedores proposta por Vale, Amâncio e Lima (2006).

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

QUADRO - Síntese Tipos de Empreendedores

Características da Ação Empreendedora							
Tipos	Foco	Apropriação de Valor	Inovação	Comprometimento	Incentivo	Interesse	Capital Social
A1							
EC	X			X			
ECU		X	X		X		
ECSE							X
ECSO						X	
B1							
EC		X					
ECU	X						
ECSE			X	X	X		
ECSO						X	X
C1							
EC		X	X				
ECU	X			X	X		
ECSE							
ECSO						X	X
D1							
EC							
ECU				X			
ECSE	X	X	X		X		X
ECSO						X	
E1							
EC							
ECU							
ECSE							
ECSO	X	X	X	X	X	X	X
F1							
EC	X	X	X	X	X		
ECU							
ECSE							X
ECSO						X	
G1							
EC	X	X					
ECU			X	X			X
ECSE					X		
ECSO						X	

Fonte: dados da pesquisa 2013.

No QUADRO, estão realçados os tipos de empreendedor cujas características aparecem mais frequentemente nos entrevistados. A partir disso, é possível inferir que os empreendedores A1, C1 e G1 se apresentam predominantemente como empreendedores coletivo-utilitarista, enquanto B1 e D1 se apresentam como coletivo-setorial. O empreendedor E1 apresenta-se notoriamente na categoria de empreendedor coletivo social, enquanto F1 caracteriza-se como empreendedor clássico.

5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve por objetivo identificar e caracterizar ações empreendedoras associadas a tipos de empreendedores. Para tanto, o estudo considerou o Município de Araxá, onde se evidencia uma dinamização recente no campo de transformações sociais e econômicas, marcadas por uma visão de empreendedorismo. O resultado dessa nova dinâmica reflete no ambiente que vem sendo reforçado por uma grande proliferação de novos modelos e sistemas produtivos, caracterizados, em geral, por uma forte ênfase na integração e cooperação entre atores econômicos e sociais distintos.

Para realização da pesquisa, adotou-se a Tipologia de Empreendedores proposta por Vale, Amâncio e Lima (2006). Esses autores sugerem uma tipologia de empreendedores coletivos a partir da combinação de sete diferentes características que estão presentes em todas as ações empreendedoras, sendo elas: natureza do foco da ação (escala de evolução entre, por um lado, maior valorização da ação individual e, por outro, maior valorização da ação coletiva); usufruto da geração de valor resultante da ação (apropriação privada versus ganho coletivo); abrangência da inovação gerada (concentrada versus difusa); fonte de comprometimento para a ação (egoísmo versus altruísmo); natureza de incentivo original de ator (valores tangíveis/materiais — como lucro e remuneração — versus intangíveis/simbólicos — como crença, ideologia); natureza do interesse (imediate versus médio/longo prazo); capacidade de geração de capital social (baixo versus alto).

Para buscar atingir o objetivo proposto, foi desenvolvida pesquisa descritiva, sendo adotada uma abordagem qualitativa. Quanto ao método, a

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

estratégia de pesquisa foi o estudo de casos, sendo a unidade de análise escolhida, para esta pesquisa, empreendedores de micro e pequenas empresas (MPEs), associações e instituições da Microrregião de Araxá. A seleção dos entrevistados se deu pelo critério de acessibilidade. O caráter qualitativo deste estudo está associado à realização de entrevistas com roteiros semiestruturados junto aos sujeitos da pesquisa. Os entrevistados foram escolhidos em função de sua atuação e relação com a Associação Comercial e Industrial de Araxá (ACIA), ou outras iniciativas de caráter coletivo.

O potencial empreendedor percebido no município de Araxá, já retratado nos trabalhos de Vale (2002; 2004; 2006), pôde ser comprovado nos relatos dos entrevistados, no que se refere ao processo empreendedor. A inserção dos empreendedores em suas respectivas organizações tem, por um lado, o caráter familiar, retratado em três dos casos analisados, em que os empreendedores, envolvidos com os negócios da família desde muito cedo, assumiram seu legado à frente das respectivas organizações. Pode-se perceber, nesses casos, uma profunda identificação dos empreendedores com as empresas e com o trabalho de seus antecessores. Em seus relatos, esses três entrevistados ressaltam a consideração e admiração pelo esforço empenhado por seus pais à frente destes empreendimentos, o que, por vezes, possibilitou maior acesso a condições privilegiadas de estudo e formação pessoal e profissional.

Nos demais casos analisados, percebe-se uma ação empreendedora focada no aproveitamento e busca de oportunidades, sendo que os quatro empreendedores que se enquadram neste enfoque já atuavam na área onde prospectaram a oportunidade de inserção de forma empreendedora. Outra característica percebida foi a busca por diferenciação, ou seja, por já conhecerem o mercado em que atuavam de forma coadjuvante, identificando falhas no atendimento as demandas e brechas nestes mercados ainda não exploradas, empreenderam com grande foco na inovação, diferenciação e atendimento especializado e personalizado, em alguns casos.

A percepção do papel estratégico desses empreendedores no desenvolvimento integrado das comunidades, uma das grandes demandas atuais,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

constitui uma quebra de paradigma importante, baseada no aproveitamento das potencialidades locais e do capital social.

Desta forma podemos inferir que, em relação às capacidades do empreendedor pautadas por Cunningham e Lischeron (1991), os entrevistados se enquadraram no que os autores classificam como Escola Corporativa, onde estes têm como premissa a adaptação como instrumento fundamental para a sobrevivência das organizações complexas, o empreendedorismo resulta na criação e transformação de empreendedores e administradores, tendo como habilidades e comportamentos marcantes a capacidade de decisão e alerta às oportunidades.

Analisando as perspectivas das ações empreendedoras adotadas pelos entrevistados em relação à abordagem que os pautam, fica evidente sua inserção no contexto sócio econômico do Município, da mesma forma que as ações relatadas confrontam a realidade de seus papéis extraorganização, ou seja, seis dos sete entrevistados exercem alguma função em atividades e organizações fora de suas próprias empresas, seja como Presidente da Associação Comercial, Vice-Presidente da Federação das Associações Comerciais do Estado de Minas Gerais, Presidente da Fundação Cultural de Araxá, ou Diretores nestas instituições. Cada relato vai ao encontro da motivação que os leva a exercerem este papéis em diferentes frentes de trabalho. Pode-se inferir, também, que o único empreendedor entrevistado que não atua diretamente em frentes de trabalho coletivo, ainda não o faz devido ao pouco tempo de atividade como empreendedor. Apesar de apresentar um discurso de integração e ação coletiva, percebe-se que, pelo pouco tempo de atividade de sua empresa, apenas dois anos, o foco principal de atuação desse empreendedor é a consolidação de sua empresa no mercado.

As ações coletivas retratadas pelos entrevistados são de natureza diversa, focando principalmente na qualificação e educação da comunidade e da mão de obra local, acesso a crédito aos empresários de micro e pequeno porte, ações de intervenção junto à esfera política na busca de melhores condições de trabalho e participação mais ativa da comunidade por eles representada.

Com relação à identificação dos tipos de empreendedores, verificou-se uma forte atuação destes em seus segmentos, bem como uma atuação centrada em outros setores da economia. Em um dos casos analisados, o empreendedor esta à

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

frente de uma organização sem fins lucrativos no segmento de saúde, o que lhe proporciona uma atuação na esfera regional. Conforme seus relatos, municípios limítrofes de Araxá encaminham seus pacientes para receber tratamento nesta instituição.

A análise das ações empreendedoras, baseando-se nas características de intenção empreendedora proposta para esta pesquisa, proporcionou uma visão pormenorizada dos aspectos que influenciam a ação destes empreendedores, permitindo uma identificação entre o enquadramento na tipologia proposta e seu papel assumido a frente dos compromissos externos às organizações por eles compromissados. Por meio desta abordagem pode-se verificar a coerência de suas ações com seus discursos e resultados proporcionados tanto para suas próprias empresas como para a coletividade. Pode-se, portanto, considerar que os objetivos da pesquisa foram atingidos.

Por se tratar de um estudo de caso, é preciso ressaltar que os resultados desta pesquisa não podem ser generalizados, sendo válidos apenas para o contexto espacial e temporal em que ela foi realizada. Portanto, a caracterização dos empreendedores dentro da Tipologia de Empreendedores proposta por Vale, Amâncio e Lima (2006), neste caso, se restringe ao grupo entrevistado, não podendo ser estendida a outros empreendedores, sem que pesquisas similares sejam realizadas com esses outros.

Assim, sugere-se a realização de outros estudos, que utilizem a mesma tipologia para abordar a questão do empreendedorismo, na mesma microrregião e em outras, permitindo então, a acumulação de conhecimento sobre o tema. Também se sugere a ampliação do escopo deste, buscando-se a relação entre Tipos de Empreendedores Coletivos e os reflexos da ação destes atores no desenvolvimento local.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

6 – REFERÊNCIAS

- ALVAREZ, S., BARNEY, J. Discovery and Creation: Alternative Theories of Entrepreneurial Action. *Revista Organizações em Contexto* - online, Brasil, 3, jan. 2007. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/OC/article/view/1348/1366>. Acesso em: 16 Dez. 2011.
- BOCAYUVA, P. C. C. Desenvolvimento local e redes socioprodutivas. In: SILVEIRA, C. M. *Desenvolvimento local: dinâmicas e estratégias*. Rio de Janeiro: Rede DLIS – Desenvolvimento Local, Integrado e Sustentável, 2001.
- BORGES, C. V. Características e contribuições das Redes para o Desenvolvimento das Pequenas e Médias Empresas. In: XXVIII Encontro da ANPAD, 2004, Curitiba. *Anais do XXVIII EnANPAD*, 2004.
- BORNSTEIN, David. *How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University, 2004.
- BURT, S. R. *Structural holes: the social structure of competition*. Cambridge, MA London: Harvard University, 1992
- COLLIS, J.; HUSSEY, Roger. *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining Entrepreneurship; *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, 1991
- DOLABELA, Fernando. *Empreendedorismo, uma forma de ser: saiba o que são empreendedores individuais e empreendedores coletivos*. Brasília: Aed, 2003.
- DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. São Paulo: Cultura, 1999. 304p.
- DORNELAS, José C. A.. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1987.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

FILION, L. J. Carreiras empreendedoras do futuro. *Revista SEBRAE*, São Paulo, Outubro-novembro 2001. Disponível em: <<http://200.252.248.103/sites/revistasebrae/01/artigo1.htm>> Acesso em 02/11/11

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

FILION, L. J. *The strategy of successful entrepreneurs in small business: vision, relationships and anticipatory learning*. Lancaster, 1988. 2v. Thesis (Ph.D.) - University of Lancaster Great Britain.

GUEIROS, Mônica Maria Barbosa. Empreendedores Bem Sucedidos, Razões Do Sucesso Obtido Em Seus Empreendimentos: Qual O Segredo? Programa de Pós-Graduação em Administração/Departamento de Ciências Administrativas/Universidade Federal de Pernambuco/Universidade Federal da Bahia. *EnEO*: 2004.

GUIMARÃES, Tatiane Barleto Canizela. Análise Epistemológica do Campo do Empreendedorismo. Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração/Universidade Federal do Paraná. *EnANPAD*: 2004.

HARDIN, Russel. *One for All: The Logic of Group Conflict*. Princeton: Princeton University Press. 1994.

KETS DE VRIES, Manfred. *Rebeldes criativos com causa*. In: Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor. São Paulo: Makrom Books, 2001, pg. 04-07.

KORNUJEZUK, Fernando. *Características Empreendedoras de Pequenos Empresários de Brasília*. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

LIMA, J. B. Ações Empreendedoras e Práticas de Pesquisa em Empreendedorismo. In: COLÓQUIO SOBRE EMPREENDEDORISMO E ESTRATÉGIA DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, 1, 2008, Curitiba. *Anais...* Curitiba: PUC-PR, 2008.

MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. *Criatividade e Atitude Empreendedora*. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, v.1, 2008. 350 p.

MARTINELLI, D. P.; JOYAL, A. *Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas*. São Paulo: Manole, 2004. 314 p.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

MARTINEZ, José Manuel Comeche. Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo. *Revista de Negócios*, Blumenau, v.9, n.2, p.91-105, abr./jun. 2004.

MELO NETO Francisco P. de; FROES, César. *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MOURA GONSALO, João. *Arranjo Produtivo Turístico de São Luis*. Redesist. Set. 2004. Disponível em: < http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt_count.php?projeto=nt41&cod=8 >. Acesso em: 13 de setembro de 2011.

NEGRI, A. O empresário político. In: COCCO, G.; URANI, A.; GALVÃO, A.P. (Coord.). *Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

PAIVA JR., F. G.; CORDEIRO, A. T. Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: ENANPAD, 26., 2002, Salvador. *Anais...* Salvador: ANPAD, 2002. 480 p.

PAIVA JR., F. G.; CORRÊA, M. I. S.; SOUZA, A. C. R. A identidade cultural e a articulação de caráter empreendedor na busca por um desenvolvimento local. In: ENANPAD, 30., 2006, Salvador. *Anais...* Salvador: ANPAD, 2006. 667 p.

SANDLER, Todd. *Collective Action: Theory and Applications*. The University of Michigan Press. 237 p. 1995.

SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SEIFFERT, Peter Quadros. *Empreendendo novos negócios em corporações: Estratégias, processo e melhores práticas*. São Paulo: Atlas, 2005.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – Sebrae. *Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil. 2011*. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/\\$File/NT00046582.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf). Acesso em: 20 de janeiro de 2012.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – Sebrae. *Manual de implantação do projeto EMPRETEC*. Brasília: Ed. Sebrae, 1990

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – Sebrae. Saber Empreender. *Educação Sebrae: aprender é um bom negócio*. Brasília. 2004

SILVA, Hélio Eduardo da. *Empreendedorismo: o caminho para o sucesso no século XXI*. Disponível em: <http://200.252.248.103/sites/revistasebrae/04/artigos_01.htm>. Acesso em: 20 nov. 2011.

VALE, G. M. V. Un nuevo paradigma de desarrollo microrregional: el caso de Araxá y el Circuito da Serra da Canastra en Minas Gerais. In: SEMINÁRIO DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL EN AMERICA LATINA, 2002, Equador. *Anais*. Equador: ONU/CEPAL/ILPES, 2002.

VALE, G. M. V. Empreendedores coletivos em redes organizacionais: novos agentes gerando um padrão diferenciado de competitividade. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28, 2004, Curitiba. *Anais...* Curitiba: ANPAD, 2004.

VALE, G. M. V. *Laços como ativos territoriais: análise das aglomerações produtivas na perspectiva do capital social*. 2006. Tese (Doutorado) — Universidade Federal de Lavras, Lavras, Minas Gerais, Brasil.

VALE, G. M. V. O empreendedor como um articulador de redes e artífice do crescimento. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29, 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.

VALE, G. M. V.; AMANCIO, R.; LIMA, J. B.. Criação e gestão de redes: uma estratégia competitiva para empresas e regiões. *RAUSP. Revista de Administração*, v. 41, p. 136-146, 2006.

VALE, G. M. V.; WILKISON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. *RAE-eletrônica*, v. 7, n. 1, art. 7, jan./jun./2008.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Número IX Jan-jun 2014	Trabalho 05 Páginas 81-110 periodicoscesg@gmail.com
---	---------------------------	---