

DO EMPREENDEDORISMO À NOÇÃO DE AÇÕES EMPREENDEDORAS: REFLEXÕES TEÓRICAS

FROM ENTREPRENEURIALISM TO THE NOTION OF ENTREPRENEURIAL ACTIONS: THEORETICAL
REFLECTIONS

DEL EMPREENDEDORISMO A LA NOCIÓN DE ACCIONES EMPREENDEDORAS: REFLEXIONES
TEÓRICAS

Almiralva Ferraz Gomes

Doutora

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB)

almiralva@gmail.com

Juvêncio Braga de Lima

Doutor

Universidade FUMEC

juvencio.lima@fumec.br

Mônica Carvalho Alves Cappelle

Doutora

Universidade Federal de Lavras

edmo@dae.ufla.br

Submetido em: 07/06/2012

Aprovado em: 08/03/2013

RESUMO

O objetivo desse trabalho compreende a caracterização da ação empreendedora pela recuperação de concepções de diferentes abordagens que se debruçaram no estudo do empreendedorismo, confrontando-as com as perspectivas dos economistas e dos comportamentalistas que são predominantes nesse campo. Para tal, recuperam-se as concepções de sínteses sobre o campo de estudos, partindo da visão de Filion (1999b), que considera duas principais abordagens: as dos pioneiros do campo, os economistas, que associam empreendedor à inovação; e a dos psicólogos, que enfatizam aspectos atitudinais desse agente social. As visões de vários autores são retomadas e, em seguida, são recuperados os fundamentos da construção da noção de ação empreendedora. Como conclusão, evidencia-se que tanto os economistas quanto os comportamentalistas colocam o sujeito da ação empreendedora como o centro do fenômeno do empreendedorismo. Na retomada das várias concepções, torna-se claro que a alternativa de abordagem do fenômeno proposta envolve deslocar o foco do sujeito para a ação. Isso foi evidenciado pela recuperação de diferentes abordagens tanto de autores relevantes do passado como da atualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Ação empreendedora. Construção social. Empreendedorismo.

ABSTRACT

The aim of this paper is to characterize entrepreneurial action through the different approaches to the study of entrepreneurship, analyzing them in light of the perspectives of prominent economists and behaviorists in this field. The concepts of synthesis studies in the field were investigated, based on the vision of Filion (1999b), which considers two main approaches: that of the pioneers in the field, the economists, who associate entrepreneur with innovation; and that of the psychologists, who emphasize

behavioral aspects of this social agent. The points of view of various authors are included, to form the basis of the construction of the concept of entrepreneurial action. In conclusion, it is evidenced that both economists and behaviorists place entrepreneurial action at the heart of entrepreneurship. Taking up various concepts, it becomes clear that the alternative approach to the phenomenon involves shifting the focus from subject to action. This was demonstrated by the recovery of different approaches from relevant authors of the past, and modern-day authors.

KEY-WORDS: Entrepreneurial Action. Social Construction. Entrepreneurship.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo comprende la caracterización de la acción emprendedora a través de la recuperación de concepciones de diferentes abordajes que se vuelcan al estudio del emprendedorismo, confrontándolos con las perspectivas de los economistas y de los comportamentalistas que predominan en ese campo. Para ello, se recuperan las concepciones de síntesis sobre este campo de estudios partiendo del enfoque de Fillion (1999b), que considera dos abordajes principales: el de los pioneros de este campo, los economistas, que asocian emprendedor a innovación, y el de los psicólogos, que enfatizan aspectos actitudinales de ese agente social. Se retoman las visiones de diversos autores y, a seguir, se recuperan los fundamentos de la construcción de la noción de acción emprendedora. Como conclusión, se hace evidente que tanto los economistas como los comportamentalistas colocan al sujeto de la acción emprendedora como el centro del fenómeno del emprendedorismo. Al retomar las diversas concepciones, queda claro que la alternativa propuesta para abordar el fenómeno involucra desviar el foco del sujeto hacia la acción. Esto se hizo evidente a través de la recuperación de distintos abordajes, tanto de autores relevantes del pasado como de la actualidad.

PALABRAS CLAVE: Acción emprendedora. Construcción social. Emprendedorismo.

INTRODUÇÃO

A discussão sobre empreendedorismo, de um modo geral, parece às vezes girar em torno da ideia de que o indivíduo empreendedor apresenta certas características que o tornam um ser "especial". Não obstante às diferenças de interpretação a respeito do empreendedor, pois cada pesquisador utiliza os princípios de suas próprias áreas de conhecimento para desenvolver o conceito, observa-se um estreitamento do foco no sujeito.

Os economistas, por exemplo, associam o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico e o empreendedor ao agente propulsor da inovação e, por conseguinte, às forças direcionadoras de desenvolvimento (DOSI *et al.*, 1988; FREEMAN; PEREZ, 1988; MARSHALL, 1982; SAY, 1964; SCHUMPETER, 1982). Já os comportamentalistas voltam seu interesse para aspectos subjetivos do sujeito empreendedor, do seu comportamento, buscando identificar inclusive suas características atitudinais (LUMPKIN; DESS, 2001; McCLELLAND, 1961; MOSAKOWSKI, 1998; TIMMONS, 1989). O foco no sujeito (dada tanto pelos economistas quanto pelos comportamentalistas), de certa forma, implicou um processo de naturalização do empreendedorismo. Isto porque a ênfase seja na capacidade de inovação, seja no comportamento suscitou uma crença de que um indivíduo para ser empreendedor(a) deve possuir no seu âmago determinadas características.

Nesse artigo, milita-se na busca de visão alternativa a essas perspectivas predominantes, essencialmente abandonando o foco principal no sujeito. O objetivo, portanto, compreende a caracterização da ação empreendedora pela recuperação de concepções de diferentes abordagens que se debruçaram no estudo do empreendedorismo, confrontando-as com as perspectivas propostas pelos economistas e comportamentalistas. A observação da literatura científica e de vulgarização do empreendedorismo permite constatar que há forte ênfase em concepções sobre o empreendedor

como um indivíduo de características especiais, elaborando-se perfis e tipos de comportamento empreendedor. Tais tipos de estudos, geralmente, partem do pressuposto que o empreendedor teria características cognitivas especiais, constituindo uma linha presente na literatura internacional e nacional (LENZI; VENTURI; DUTRA, 2005; MALLMANN; BORBA; RUPPENTHAL, 2005).

O presente artigo desdobra-se basicamente em duas partes. A primeira discute o campo conceitual do empreendedorismo a partir da visão dos economistas e comportamentalistas. Essa discussão culmina em uma análise crítica de cada uma dessas abordagens. Tais discussões e reflexões, por sua vez, fundamentam a noção de ação empreendedora, que é proposta na segunda parte do trabalho.

EMPREENDEDORISMO E SEU CAMPO CONCEITUAL

Há muitas definições para os termos empreendedor e empreendedorismo. Muito embora Julien (2010) se refira a existência de pelo menos quatro abordagens que estudam o fenômeno do empreendedorismo (antropológica, sociológica, geográfica e econômica), Filion (1999b), ao estudar o empreendedorismo, sinteticamente, identificou duas correntes principais que tendem a conter elementos comuns à maioria das abordagens. São as dos pioneiros do campo, os economistas, que associam empreendedor à inovação, e a dos psicólogos, que enfatizam aspectos atitudinais. Com relação às perspectivas identificadas por Julien (2010), a abordagem antropológica e psicológica, ao tratar do empreendedor, foca a atenção nas características e na personalidade do sujeito. A abordagem sociológica baseia-se na premissa de que o empreendedor é um criador de organização. A abordagem geográfica ou de economia regional considera o empreendedor um dos principais atores do empreendedorismo, mas não o único. Por fim, a abordagem econômica trata o empreendedor como um simples agente econômico. Ademais, de certa forma, é interessante, para não dizer necessário, entender a origem dos termos empreendedor e empreendedorismo, uma vez que parece pairar uma certa confusão etimológica sobre o assunto. Dolabela (1999), por exemplo, afirma que a expressão *empreendedorismo*, que teria sido popularizada a partir de textos escritos em língua inglesa, é de origem francesa, tendo derivado do substantivo *entrepreneur*. Na verdade, ao que parece, Dolabela (1999) comete um equívoco, pois *empreendedorismo* ou *empreendedor* são substantivos derivados do verbo *empreender* que, por sua vez, tem origem na forma verbal latina *imprehendo* ou *impræhendo*, que significa "tentar executar uma tarefa". Em outras palavras: a entrada desse termo no léxico português não se deu por meio do francês *entrepreneur*, mas sim diretamente do latim. Embora seja falso achar que o debate sobre esta questão tenha se esgotado nas discussões travadas pelas correntes identificadas por Filion (1999b) – na verdade elas são importantes principalmente como introdutoras da discussão –, é interessante voltar mais uma vez o olhar sobre os seus posicionamentos, até mesmo para compreender melhor a característica multifacetada de tais conceitos.

Abordagens econômicas

A construção do conceito de empreendedor pela corrente dos economistas e dos seus adeptos está alicerçada numa noção considerada fundamental, a inovação. O conceito de inovação adotado pela maioria dos economistas e mais conhecido no Brasil é aquele derivado de Schumpeter e diz respeito ao processo de destruição da ordem econômica existente por meio da introdução de novos produtos e serviços, da criação de novas formas de organização ou de exploração de novos recursos materiais (SCHUMPETER, 1982).

Dosi *et al.* (1988) introduziram na literatura acadêmica a ideia de "sistemas de inovação", afirmando que as inovações referem-se essencialmente à procura, à descoberta, à experimentação, ao desenvolvimento, à imitação e à adoção de novos produtos aos novos processos de produção e às novas formas de organização. Freeman e Perez (1988) estabelecem uma vinculação maior dos efeitos da inovação sobre o ambiente social e econômico. Freeman (1988), ao analisar o sistema de inovação japonês, por exemplo, assevera que o enorme fosso tecnológico aberto pela Inglaterra na primeira Revolução Industrial relacionou-se não apenas com o aumento das invenções e das atividades científicas e com o *cluster* de inovações em têxteis, metalurgia e atividades de engenharia, mas também com as novas formas de organização da produção, investimento e *marketing* e com os novos meios de se combinar invenção com atividade empresarial.

Para Rogers (1995, p. 11), “uma inovação é uma ideia, uma prática ou um objeto que é percebido como novo por um indivíduo ou outra unidade de adoção”. A inovação é considerada como algo não meramente tecnológico, atribuindo a essa condição o ineditismo da ideia em si e o seu real impacto social, já que uma novidade, não sendo “percebida” como nova, tem suas propriedades inovadoras praticamente anuladas. A difusão de inovação, portanto, é um processo pelo qual algo inovador é comunicado por meio de certos canais entre os membros de um sistema social, ao longo do tempo. Trata-se de algo que se constitui em uma inovação quando for percebido como inovador por um grupo social; para os schumpeterianos, a inovação diz respeito quase que somente ao poder criativo do empreendedor. Assim, inovar, na visão schumpeteriana, significa introduzir, por meio de um agente dotado de uma alta capacidade criadora, algo que rompe com o sistema econômico, produzindo ou induzindo uma mudança radical.

No entanto Julien (2010, p. 245), ao sustentar que a inovação é uma das condições necessárias e suficientes para o empreendedorismo, defende que a inovação, na maioria das vezes, é pouco espetacular, pois “é feita de pequenas diferenças no produto e nos materiais utilizados, no *métier* e na maneira de produzir, na distribuição, portanto na maneira de fazer e oferecer bens e serviços, ou no serviço pós-venda”.

As contribuições dadas pelos economistas para o estudo do empreendedor e do empreendedorismo não foram, no entanto, prestadas apenas pelos economistas neoclássicos, como Schumpeter e Marshall, mas também pelos da escola clássica, por meio de Smith e Say, por exemplo, e também por precursores da teoria econômica, como Cantillon, até que se chegasse ao entendimento atual.

Segundo Fillion (2000b), há reconhecimento que a origem do conceito de empreendedor está nas obras de Richard Cantillon (1680-1734), banqueiro e economista do século XVIII. Nessa época, Cantillon, em seu **Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral**, chamou de empreendedores aqueles indivíduos que compravam matérias-primas (geralmente um produto agrícola) por um preço certo e as vendiam a terceiros, depois de processá-las, a preço incerto: identificavam uma oportunidade de negócio e assumiam riscos (PAULA; CERQUEIRA; ALBUQUERQUE, 2000; SCHUMPETER, 2002). Cantillon entendia, no fundo, que, se houvesse lucro além do esperado, isto ocorreria porque o indivíduo havia feito algo de novo e de diferente, isto é, teria inovado (PAULA; CERQUEIRA; ALBUQUERQUE, 2000). De acordo com Schumpeter (2002), Cantillon, embora não totalmente correto ao elaborar um tratado sobre economia, foi, de fato, o primeiro a empregar o termo *entrepreneur*.

De acordo com Fillion (1997), Jean-Baptiste Say (1767-1832) deu prosseguimento às ideias de Cantillon e distinguiu os empreendedores dos capitalistas. Professor do *College de France*, Say elaborou uma teoria das funções do empreendedor e atribuiu-lhe um papel de especial importância na dinâmica de crescimento da economia. O empreendedor de Say é um agente econômico racional e dinâmico que age num universo de certezas, ou, ainda, é aquele que, aproveitando-se dos conhecimentos postos à sua disposição pelos cientistas, reúne e combina os diferentes meios de produção para criar produtos úteis. Cantillon e Say, portanto, viam o empreendedor não só como aquele indivíduo que corre riscos, já que ele próprio empregava dinheiro em seus negócios, mas como um agente de mudança (FILION, 2005). Na visão de Fillion (2005), as ideias desses autores forneceram as premissas do empreendedor atual, quais sejam da especulação e da visão, colocando-o assim na esfera da distribuição, em vez de só na da produção.

A necessidade dos empreendimentos para a produção organizada foi reconhecida formalmente pelo economista neoclássico Alfred Marshall no final do século XIX. Para ele, o empreendedor era um indivíduo “capaz de julgar com prudência e de correr riscos corajosamente”, reunindo e supervisionando minuciosamente o capital e o trabalho necessários ao seu empreendimento (MARSHALL, 1982, p. 253). Assim, se para Marshall “os empresários podem ser considerados como uma categoria industrial altamente especializada”, o empreendedorismo, portanto, estava relacionado com algumas habilidades que poucas pessoas detinham (MARSHALL, 1982, p. 250). Contudo, Marshall (1982) considerava que essas habilidades podiam ser adquiridas. Para esse economista, a organização, representada pelo empreendedor, era basicamente o quarto fator de produção e que coordenava os demais: capital, trabalho e natureza (MARSHALL, 1982; VIANA; FRANCO NETTO, 2007).

A concepção que Say tinha do empreendedor – alguém que inova e é agente de mudanças – permanece até hoje, principalmente entre os economistas. Foi, contudo, Schumpeter (1982) quem deu projeção ao tema, associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação

e apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico. Entretanto, Schumpeter não foi o único a associar empreendedorismo à inovação. Antes dele, segundo Filion (2005), em 1899, Clark já o tinha feito. De acordo com Filion (2005), mais tarde, os economistas Higgins, em 1959, Baumol em 1968, Schloss, em 1968 e Leibenstein, em 1978, também dedicaram atenção ao tema. Para Filion (2005), os economistas estiveram principalmente interessados na compreensão do papel desempenhado pelo empreendedor como motor do sistema econômico. Na visão de Filion (2005), havia então aqueles que viam os empreendedores como detectores de oportunidades de negócios (como eram os casos de Higgins, Penrose e Kirzner), outros que os enxergavam como criadores de negócios (Ely e Hess, Oxenfeldt e Schloss, por exemplo) e ainda aqueles que acreditavam que os empreendedores eram indivíduos capazes de correr riscos (por exemplo, Leibenstein, Kihlstrom e Laffont, Buchanan e Di Piero).

Filion (1999b), ao pesquisar o empreendedorismo, observou que vários economistas tentaram teorizar o fenômeno, não conseguindo, contudo, uma teoria econômica sobre o empreendedor que reunisse consenso, nem um modelo econômico que explicasse o desenvolvimento a partir da função empreendedora, pois esta sempre se mostrou dificilmente quantificável. Aliás, Julien (2010) e Paula, Cerqueira e Albuquerque (2000) lembram que o empreendedor e o empreendedorismo são pouco presentes nas teorias econômicas, inclusive, ressaltam que os neoclássicos praticamente desconsideraram a existência dos empreendedores. Ao criticar a corrente dos economistas, Paiva Júnior (2004, p. 53) argumenta que estes pensadores negligenciam o comportamento do empreendedor e suas diferenças individuais e chegam a "mutilar elementos subjetivos complexos do empreendedor". De acordo com o pesquisador, tais elementos podem proporcionar o entendimento sobre a experiência, o desenvolvimento da forma de ser, fazer e aprender do empreendedor e, sobretudo, de aspectos como "modos de intervenção no cotidiano no seio de uma prática social e em consonância com um projeto existencial".

A visão schumpeteriana

De acordo com os postulados schumpeterianos, o desenvolvimento econômico assenta seus alicerces em três fatores: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador. O empresário inovador (ou empreendedor) é o agente capaz de realizar com eficiência as novas combinações, mobilizar crédito bancário e empreender um novo negócio. Ele não é necessariamente o dono do capital (capitalista), mas um agente capaz de mobilizá-lo. Da mesma forma, não é necessariamente alguém que conheça as novas combinações, mas aquele que consegue identificá-las e usá-las eficientemente no processo produtivo. "Chamamos 'empresários' não apenas aos homens de negócio 'independentes' em uma economia de trocas, que de modo geral são assim designados, mas todos que preenchem de fato a função pela qual definimos o conceito" (SCHUMPETER, 1982, p. 54). O conceito ao qual Schumpeter (1982) se refere é justamente a capacidade do empresário inovador de combinar inovações tecnológicas e crédito, ou seja, o empreendimento é a realização de combinações novas e o empresário inovador é o indivíduo capaz de realizá-las.

(...) alguém só é um empresário quando efetivamente levar a cabo novas combinações, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando dedicar-se a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem os seus negócios. Essa é a regra, certamente, e assim é tão raro alguém permanecer sempre como empresário através das décadas de sua vida ativa, quanto é raro um homem de negócios nunca passar por um momento em que seja empresário, mesmo que seja em menor grau (SCHUMPETER, 1982, p. 56).

Assim, o empreendedor schumpeteriano não é o gerente ou diretor de firma, aquele que dirige um negócio estabelecido, mas um líder que toma iniciativa, tem autoridade e faz previsão. O empreendedor não é um técnico nem um financista, mas um inovador. Os empreendedores não constituem uma classe social, como os capitalistas e os operários, haja vista que ser um empreendedor não significa ter uma profissão permanente, pois a atividade inovadora envolve sempre o lidar com situações desconhecidas.

Há, no entanto, de se ter cuidado ao apresentar as ideias schumpeterianas. O trabalho mais conhecido e mais citado do seu início de carreira é **Teoria do Desenvolvimento Econômico** (1982), publicada originalmente em 1911. Vale ressaltar que a visão schumpeteriana de empreendedor apresentada até este momento baseou-se nessa obra. Contudo, de acordo com Szmrecsányi (2002),

foi em **Business Cycles** que o economista retomou e aprofundou suas ideias anteriores, mudando, agora, o enfoque do empresário inovador para o processo de inovação em si.

Schumpeter também escreveu inúmeros artigos e ensaios. Um deles, vindo a público já próximo à sua morte, inclui o Estado no rol dos agentes da inovação tecnológica. No artigo *Economic Theory and Entrepreneurial History*, publicado originalmente em 1949, pouco difundido no meio acadêmico brasileiro e, segundo Szmrecsányi (2002), pertencente a esta última fase de sua vida, verificam-se as maiores mudanças do autor em suas postulações sobre empreendedorismo. Nesse trabalho, Schumpeter (2002) evidencia de fato a distinção entre empreendedor e capitalista, afirmando que a provisão de capital não é a função essencial, nem a definidora, do ente empreendedor: "obviamente é o capitalista quem corre o risco e é quem perde dinheiro no caso de falência" (SCHUMPETER, 2002, p. 207). Em outras palavras, assumir riscos não é uma das funções do empreendedor, mas, sim, do capitalista. É este último quem assume o risco e, em caso de falência, perde o capital. Quando o empreendedor empata recursos financeiros, sejam próprios ou de terceiros, ele o faz como capitalista e não como empreendedor. Avançando em suas postulações, Schumpeter assevera que a função empreendedora não está, necessariamente, no sujeito. Schumpeter (2002) considera que a função empreendedora ultrapassa as fronteiras das firmas. Em outras palavras, a função empreendedora não necessita ser incorporada numa única pessoa física. Todo o ambiente social possui seus próprios modos de preencher esta função. Como exemplo, ele cita o papel do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, que, produzindo e difundindo inovações entre os agricultores, apresentou-se como elemento crucial para o desenvolvimento daquele país. Com isso, para Schumpeter (2002, p. 211-212), a função empreendedora é geralmente preenchida cooperativamente, pois, por um lado, as "aptidões que nenhum indivíduo isoladamente reúne podem surgir na personalidade corporativa" e, por outro, "as personalidades físicas constituintes devem inevitavelmente em certo nível, e muito frequentemente em um nível crítico, interferir entre si".

Outras contribuições

Schumpeter não só tornou conhecido o termo empreendedor como influenciou muitos estudiosos que se debruçaram sobre o fenômeno com o objetivo de melhor compreendê-lo. Uma pesquisadora que se inspirou na obra schumpeteriana foi Penrose (1959). Penrose (1959) busca conceituar a empresa e estabelecer a diferença entre os papéis e as ações do empreendedor e do gerente, destacando que em uma organização, independentemente de sua posição ou hierarquia, existem pessoas que atuam como empreendedores. Embora o papel do empreendedor seja essencial, ele não é o único a definir o crescimento da firma. A atividade gerencial, conjuntamente com a empreendedora, desempenha papel crucial para o crescimento e sua diferenciação no mercado. Penrose (1959) adverte a respeito da diferença entre o empreendedor schumpeteriano – aquele capaz de introduzir algo que rompe com o sistema econômico – e o empreendedor na sua visão – indivíduo voltado para o interior da firma e capaz de produzir inovações incrementais por meio do oferecimento de novos serviços ou por meio da aquisição de novos recursos gerenciais ou por meio de mudanças administrativas. Por conseguinte, ela reconhece que as firmas crescem e se diferenciam a partir de funções empreendedoras capazes de tratar seus recursos internos e o ambiente de modo inovador.

Ou seja, as firmas, ao se defrontarem com os desafios de mercado, administram seus recursos de forma diferenciada. Ademais, ela reflete sobre o dilema de Schumpeter, quando, ao vislumbrar o crescimento das grandes firmas no mercado, acena para a possibilidade de esgotamento da função empreendedora do indivíduo isolado nas pequenas empresas. De modo contrário, Penrose (1959) visualiza oportunidades para os pequenos negócios nos interstícios de mercado. A autora, portanto, atribui particular importância ao empresário, defendendo-o como agente, de uma forma diferente das abordagens até então formuladas na teoria econômica.

Segundo Penrose (1959), o empresário, normalmente, vê o crescimento da firma como uma expansão da demanda e da correspondente ampliação dos fatores de produção. Entretanto, tanto ela quanto os autores da corrente evolucionista consideram a inovação como fator que leva as firmas à condição de competir com vantagens no mercado e, assim, de crescer. A autora destaca que o empreendedorismo é de difícil análise econômica formal, pois está associado a temperamentos e qualidades pessoais do indivíduo. Além disso, nas pequenas empresas, os objetivos da firma e dos proprietários se confundem e o papel do proprietário, na condição de empreendedor, varia em

função da dimensão do negócio, da complexidade de gerenciamento da empresa e da concentração/dispersão do processo de tomada de decisão.

Penrose (1959) não nega a influência dos fatores externos, mas afirma que os recursos internos são igualmente importantes. Ela defende que o crescimento da empresa se deve à existência de recursos internos (tangíveis e humanos) e que "é na organização como um todo que se devem procurar as razões para o seu crescimento" (PENROSE, 1959, p. 7).

Outros economistas também deram sua contribuição para o avanço dos estudos sobre o empreendedor e o empreendedorismo. Seguindo as pistas deixadas por Schumpeter, no final da carreira; e por Penrose, os evolucionistas sugeriram que as inovações seriam oriundas das capacitações dinâmicas desenvolvidas no dia a dia das organizações. As *capabilities*, ou capacitações, têm sido valorizadas pelos evolucionistas porque são tidas como base do processo de aprendizagem e de inovação. De acordo com Nelson e Winter (1982), as capacitações são constituídas por blocos de rotinas em constante mutação. Esses autores propõem que o sucesso da firma passa pela adoção de uma hierarquia de práticas de rotinas organizacionais. O conjunto e inter-relações das capacitações compõem as capacitações dinâmicas. Estas, por sua vez, correspondem a ativos específicos gerados pelas firmas. Estes ativos tornam-nas únicas e exclusivas e dificultam a imitação por parte de concorrentes e, conseqüentemente, as diferenciam no mercado. Nelson (1994), ao tentar responder por que as firmas se diferenciam e quais as implicações da diferenciação, diz haver três elementos que ajudam a formar as capacitações dinâmicas da firma, a saber: a estratégia, a sua estrutura e a sua *core capability* (capacitação central).

Dosi (2006) procura sustentar que é tanto empiricamente absurdo como teoricamente insustentável partir da suposição de que todos os agentes são iguais na sua capacidade de inovar e em seu acesso à tecnologia de qualquer ramo da indústria. Dosi e Orsenigo (1988) também alertam que o sucesso de um empreendimento não é apenas resultado do comportamento individual: não se pode, portanto, desprezar o valor da coordenação entre o ambiente interno e externo da firma. A difusão de novas tecnologias e novas formas de fazer as coisas, as estruturas organizacionais e a interação de mercados podem ir bem além do controle e mesmo da imaginação dos atores individuais.

Se Dosi e Orsenigo (1988) e Penrose (1959) defendem a premissa de que o empreendedor não é o único responsável pelo crescimento da firma, Metcalfe (2003) vai além e considera que a ação individual do empreendedor tende a ser substituída pela laboração coletiva, que, às vezes, é confundida com as atribuições de um gerente.¹ Assim, "os serviços do grupo são simultaneamente gerenciais e empreendedores, ambos os conceitos são necessários para que se compreenda o desenvolvimento da firma e os serviços produtivos, que são derivados do pacote de recursos sob o controle da firma" (METCALFE, 2003, p. 18). Metcalfe (2003) ainda argumenta que o papel de empreendedor e de gerente pode ser exercido simultaneamente. Aliás, quando se desempenha a função de gerente, a atenção se volta mais para os processos diários da produção e da distribuição de bens, do que para os processos de inovação. Metcalfe (2003, p. 4-5) ainda prega a indissolubilidade do exercício da função empreendedora, do mercado e das instituições presentes:

[...] uma compreensão da função empreendedora não pode estar separada da natureza do sistema econômico em que ela é exercida. Sua natureza e conseqüências estão entrelaçadas no amplo sistema de mercado e nas instituições econômicas fora mercado [...]. Assim, há uma estreita correspondência entre instituições de um determinado mercado e o espectro do comportamento empreendedor que ele engendra e apóia.

Ao que parece, entre os economistas não existe consenso a respeito do sujeito empreendedor. No entanto, as definições apresentadas são extremamente úteis para analisar o fenômeno e compreender a sua dinâmica. Mas, de um modo geral, a compreensão dessa corrente de pensadores gira em torno da dimensão inovadora do projeto empreendedor.

Abordagens comportamentalistas

Para se compreender a abordagem comportamentalista, faz-se necessário visitar uma obra clássica da literatura: **A Reforma Protestante e o "espírito" do capitalismo**. Weber (2004) procurou entender por que os países de confissão protestante eram mais desenvolvidos do ponto de vista econômico e, além disso, por que havia uma proporção maior de protestantes entre os

proprietários do capital, empresários e integrantes das camadas superiores de mão de obra qualificada. Ele entendia que o capitalismo não deveria ser compreendido somente em termos econômicos e materiais, como um modo de produção, mas, sobretudo, como um "espírito", ou seja, uma cultura, uma conduta de vida cujos fundamentos morais e simbólicos estariam enraizados na tradição religiosa dos povos de tradição protestante puritana. Com isso, propôs a tese de que a Reforma Protestante produzira uma verdadeira revolução, incutindo um espírito mais vigoroso em trabalhadores e empreendedores e que, conseqüentemente, teria conduzido ao capitalismo industrial moderno.

Pautado nessas hipóteses, o psicólogo David McClelland, de acordo com Filion (1999b), propôs uma correlação entre a ciência do comportamento e o progresso econômico e social. Ao se analisar a obra de McClelland (1961), verifica-se que ele, tendo como premissas o enfrentamento de desafios e a percepção de oportunidades dos indivíduos, dividira, psicologicamente, a sociedade em dois grupos. O primeiro grupo correspondia a uma minoria da população que se sentia disposta a enfrentar desafios e, conseqüentemente, a empreender no mundo dos negócios. O segundo grupo equivalia à imensa maioria que não se disporia a correr riscos de tal natureza. O estudo dessas características permitiu a McClelland traçar um "perfil" do empreendedor. Esse indivíduo, segundo sua descrição, apresentava intuição e amor pelo seu trabalho, estando continuamente em busca de realização profissional e pessoal. Além disso, era uma pessoa que, por relacionar-se sempre com novidades, evoluía por meio de um processo interativo de tentativa e erro, avançando em decorrência das descobertas que realizava (McCLELLAND, 1961).

De acordo com Leite (2000), McClelland passou, então, a defender a hipótese de que uma sociedade que apresentasse indivíduos com um nível geralmente elevado de anseio por realização produziria um maior número de empresários ativos, os quais, por sua vez, dariam origem a um desenvolvimento econômico mais acelerado. Essa hipótese implica também a presunção de que empreendedores apresentariam, em média, uma necessidade de realização superior a dos demais indivíduos.

As principais críticas tecidas ao trabalho de McClelland (1961) aconteceram porque o psicólogo deixou de considerar que as pessoas mudam segundo os contextos e as circunstâncias às quais são expostas. Afinal de contas, acredita-se que outros elementos como experiência de trabalho, tempo de atividade, região de origem, nível de educação, religião, cultura familiar, visão de mundo e daí por diante devem influenciar o empreendedor. São elementos e fatores que variam no espaço e no tempo. Tudo isso aponta para uma constatação: o estabelecimento de um "perfil" absolutamente científico do empreendedor não encontra bases muito sólidas para se sustentar (FILION, 1999b).

Outras contribuições

Seguindo a linha de pensamento comportamental, Timmons (1989) centraliza seus estudos acerca do empreendedorismo na iniciativa e no comportamento proativo do empreendedor. Timmons (1989) apresenta alguns aspectos que acredita ser a principal razão para o seu sucesso: responder positivamente a desafios aprendendo com os erros, apresentar iniciativa, ter determinação e ser perseverante. Para Timmons (1989), o empreendedor possui uma mente dotada de um poder criativo e inovador, no que tange aos gerenciamentos de habilidades e conhecimento para os negócios, com capacidade de reconhecer oportunidades nem sempre claras para os demais, construindo algo do nada.

Ao propor que o empreendedor é um ser dotado de visão, Filion (1991, 1993) apresenta um conceito novo acerca da temática. Aliás, para Filion (1991), "visão" é uma imagem projetada no futuro, ou melhor, uma visão refere-se ao lugar onde o empreendedor deseja colocar seu empreendimento. Por meio do seu Metamodelo, Filion (1991) identifica três categorias de visão: a Emergente ou Inicial (formada em torno de ideias e conceitos de produtos e/ou serviços imaginados pelo empreendedor); a Central (resultado de uma única visão emergente ou uma combinação de várias visões emergentes); e a Complementar ou Secundária (apoiada, em seu desenvolvimento, por uma série de visões complementares, junto com seus componentes externos e internos). A interação destes três grupos de visão definirá o "perfil" empreendedor do empresário. Para evoluir de uma categoria a outra, segundo Filion (1991), o empreendedor precisa de um alto nível de articulação pessoal, coerência e tenacidade, todos eles importantes fatores para o sucesso (ou insucesso) de sua estratégia. Em síntese, a visão é considerada o ponto inicial para formação de novos empreendimentos.

Algumas características do empreendedor *de sucesso* aparecem na maior parte das pesquisas (CARMO-NETO, 1995; FILION, 1999a; GOMES, 2006; LEITE, 2000; LONGEN, 1997; SANTANA, 1993). Mas o estágio de conhecimento desta área não permite estabelecer relações de causa e efeito, ou seja, determinar com certeza se uma pessoa vai ou não ser bem-sucedida, mesmo que tenha características encontradas nos empreendedores de sucesso. Mosakowski (1998), em sua pesquisa sobre a relação entre os recursos de uma firma e sua forma de organização, por exemplo, considera que recursos empreendedorais intangíveis (criatividade, previsão, intuição e estado de alerta) podem gerar resultados competitivos para a firma. "Indivíduos que possuem recursos empreendedorais serão mais propensos a identificar e explorar oportunidades lucrativas e podem ser bem sucedidos no futuro conseqüentemente" (MOSAKOWSKI, 1998, p. 628). Mas não parece crível que esses recursos possam ser distribuídos entre um ou poucos indivíduos (*individual entrepreneurial resources*) ou dispersos entre um grupo de indivíduos (*team entrepreneurial resources*). Além de Lumpkin e Dess (2001), Mosakowski (1998) também realça a importância de componentes como criatividade e independência de pensamento. Para Lumpkin e Dess (2001), a associação destas características com a inovação e a autonomia interfere favoravelmente no desempenho do empreendedor. De forma resumida, os autores sugerem que proatividade é uma resposta a oportunidades, ao passo que agressividade competitiva é uma resposta a ameaças.

De todo modo, a preocupação maior da academia não parece ser a de comprovar a existência ou não de uma possível hereditariedade, mas, sim, saber se é possível aprender a ser empreendedor (BROCKHAUS, 2000; FILION, 2000a, 2000b; NELSON; WINTER, 1982). Ou, ainda, segundo Filion (2000a), parece existir uma tendência em se considerar o empreendedorismo uma profissão. Ademais, já que a tese de que um empreendedor nasce feito não é mais relevante no meio científico, a educação empreendedora pode ser encarada como um caminho viável para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Empreendedorismo: limitações e reflexões

Inúmeras definições para empreendedor, como foi visto, podem ser encontradas na literatura. O significado da palavra "empreendedor" não é necessariamente idêntico para todos. Há definições notadamente influenciadas pelos economistas, outras de inspiração comportamentalista, e ainda existem aquelas que seriam, por assim dizer, um tanto quanto ecléticas.

Na abordagem dos economistas prevalece a identificação do empreendedorismo como um elemento útil à compreensão do desenvolvimento econômico. Em outros termos, esta corrente defende que o empreendedor é o agente propulsor da inovação e o associa às forças direcionadoras de desenvolvimento. De acordo com Julien (1989; 2006; 2010), a complexidade do fenômeno do empreendedorismo não permite que ele seja analisado do ponto de vista de regras econômicas. Ao que parece, portanto, esta visão mostra-se exclusivista, uma vez que diminui de forma sensível o universo de pessoas que poderiam ser consideradas empreendedoras. O processo inovativo envolve a coordenação do ambiente externo e interno da empresa e não depende, tão somente e exclusivamente, do comportamento individual. Além disso, ele não está restrito ao universo da grande empresa, muito embora o porte da empresa possa, de fato, interferir nesse processo. Às vezes, a estrutura simplificada da pequena empresa pode viabilizar mais adequadamente tal processo. Às vezes, pode dificultar, haja vista o seu acesso à tecnologia nem sempre ser igual ao das grandes empresas.

Os comportamentalistas também abordam o empreendedorismo a partir do sujeito que exerce a ação de empreender. Seus estudos dão relevo aos aspectos subjetivos do indivíduo, de modo, inclusive, a traçar o que seria um "perfil psicológico" ou "comportamental" do empreendedor. Essa ênfase – tanto dos primeiros economistas, quanto dos comportamentalistas – no sujeito da ação empreendedora como ponto de partida para o estudo do empreendedorismo trouxe, evidentemente, algumas implicações para as pesquisas posteriores.

Schumpeter (1982) vê o sujeito empreendedor como o indivíduo que, de alguma forma, traria incrustado em seu âmago qualidades expressas na forma de forças espontâneas que levariam a uma ação ("egoísmo", "desejo" de conquista, "impulso" de luta, "alegria" de criar). Sua visão marcou de tal maneira a história das ideias no campo da administração, que o tratamento por ele dado mais tarde ao empreendedorismo, desvinculando-o do individualismo extremado, acabou

por ser eclipsado por seus últimos postulados. Talvez tenha sido a partir daí que o processo de "naturalização" dos conceitos de empreendedor e empreendedorismo tenha começado. A propósito, esse tipo hegemônico ou herói solitário denominado por Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2008) de "empreendedor atomístico" se oporia ao "empreendedor humanizado", que na concepção dos autores seria um empreendedor que se encontra em um processo constante de construção social.

Os comportamentalistas também dão sua contribuição para esse processo de "naturalização". A divisão proposta por McClelland (1961) de que na sociedade existiria um grupo minoritário de pessoas mais capazes de enfrentar desafios e de correr riscos, em detrimento de uma maioria desprovida desta capacidade, "permitiu" ao pesquisador traçar um "perfil psicológico" do empreendedor, visto como um sujeito autônomo e "dotado" de iniciativa, amor e intuição pelo seu trabalho. Os comportamentos esperados de um empreendedor, tais como capacidade de correr riscos e enfrentar desafios, pró-atividade, iniciativa, determinação, visão de futuro, criatividade, perseverança, intuição etc., também colaboraram para a difusão da crença de que um indivíduo só poderia entrar para o rol de empreendedores se essas qualidades fizessem parte da sua "natureza". Para Julien, "as diferentes teorias sobre o empreendedorismo não são necessariamente falsas, mas frequentemente concentram-se de forma exagerada no comportamento individual de cada empreendedor ou em territórios ou épocas, e, acima de tudo, são excessivamente parciais a maior parte do tempo" (2010, p. 21). Como sugerem Shane e Vankataraman (2000), é necessário transpor tais visões e lançar mão de uma teoria mais complexa.

A PERSPECTIVA DA AÇÃO EMPREENDEDORA EM ESTUDOS DO EMPREENDEDORISMO

Uma das primeiras tentativas de mudança de enfoque do sujeito para a ação foi a de Schumpeter, em 1939, no livro **Business Cycles**. Nesta obra, segundo Szmrecsányi (2002), o economista mudou o foco do empresário inovador para o processo de inovação em si. Pode-se dizer que a concepção de Schumpeter evoluiu de uma visão por meio da qual o empreendedor era visto como o herói, o destruidor criativo, passando por outra, segundo a qual o papel da inovação transcendia ao próprio empreendedor individual, admitindo, inclusive, a importância das equipes de engenheiros e de gerentes no traçado de estratégias e no papel dos laboratórios para a criação da inovação, até chegar a uma terceira dimensão, quando ele analisa o papel das instituições para a inovação.

Em suas últimas postulações, Schumpeter (2002) afirma, literalmente, que a função empreendedora não precisa estar incorporada em uma pessoa física particular. Segundo ele, cada ambiente social tem seu próprio modo de preencher a função empreendedora. Torna-se ainda importante, na análise dessa função, saber se ocorreu no passado ou se está em curso, se foi realizada de forma cooperativa ou não, porque, dada a complexidade de conhecimentos envolvidos na atividade empreendedora, é muito provável que a sua realização tenha envolvido ou esteja envolvendo a atuação em colaboração de múltiplos agentes. Em outras palavras, suas considerações sugerem que o foco de análise deve ser deslocado do agente empreendedor para a função empreendedora. Há, nessa última fase de Schumpeter, certa tendência de mesclar os papéis de empreendedor e de gerente.

Criticando a ênfase individualista do empreendedorismo, Paiva Júnior (2004) defende a tese de que o empreendedor é, sobretudo, um sujeito relacional. Sua proposta é a de que o empreendedorismo seja associado à interação entre muitos indivíduos e organizações e não a meras evidências pessoais e organizacionais. Aliás, baseado na concepção de construção social da realidade de Berger e Luckmann (2010), Paiva Júnior (2004, p. 106) considera que o empreendedor está em "constante construção conjunta da realidade como refinamento de si mesmo" e as reconstruções posteriores só são "experenciadas no seu mundo social sob a égide do sentido que ele [o empreendedor] vislumbra nessa produção". Do contrário, o ato intencional do empreendedor será deslocado para outros "substratos da consciência com os quais ele transforma a realidade percebida em ação dotada de sentido no âmbito de sua vivência interativa" (PAIVA JÚNIOR, 2004, p. 106).

Um estudo exaustivo sobre o estado da arte do empreendedorismo revelou que poucos pesquisadores discutem o conceito de ação empreendedora em si. Julien (2010) é um deles, pois não se aprofunda na discussão a respeito do conceito de ação empreendedora, muito embora sua

proposição a respeito de empreendedorismo regional convirja com os pressupostos deste artigo, pois o pesquisador considera que, para se compreender o empreendedorismo, faz-se necessário sentir a complexidade da ação dos empreendedores na economia. Ademais, o empreendedorismo é mais do que a dinâmica dos empreendedores e suas empresas, pois supõe não só um meio rico em recursos e relações com o exterior e com o ambiente, como também um meio que goza de uma atmosfera particular que acelera a coesão entre espírito empreendedor, recursos e potenciais de mercado.

A observação do conjunto das visões dos diferentes autores citados permite identificar uma polaridade dialética, de modo que se afirma sobre o fenômeno do empreendedorismo, mas o agente é o empreendedor. Na construção da definição de empreendedorismo como fenômeno social, abre-se a vertente do contexto. Bractnicky (2005) aborda a problemática do empreendedorismo recorrendo à noção de gestão empreendedora. O indivíduo se tornaria empreendedor na medida em que realiza a ação empreendedora. Abre-se, assim, uma relação dialética 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.

McMullen e Shepperd (2006) vão na mesma direção, evidenciando que, em uma dada economia, a sua saúde dependeria da percepção de oportunidades por empreendedores, importando abordar não a figura do agente, mas se a ação ocorreria, o reconhecimento do caráter de criação de oportunidades pelo agente que, assim, realizaria uma ação empreendedora.

Outra vertente dessa concepção é encontrada em Alvarez e Barney (2007), ressaltando essa perspectiva de procurar-se reconhecer ações em relação às oportunidades. Não haveria busca de oportunidades, existiria, ao contrário, ações empreendedoras que representam construções sociais. Tanto pela identificação e ações sobre elas, como pela criação efetiva delas.

A oportunidade como objeto de estudo foi abordada por Klein (2008) que, por sua vez, procura tirar o foco dessa situação. Para o autor, uma oportunidade não seria nem real nem construída. O foco seria a ação empreendedora, as oportunidades sendo resultantes de ações, existindo apenas como manifestação de ações. Não seriam nem a causa nem a consequência da ação empreendedora.

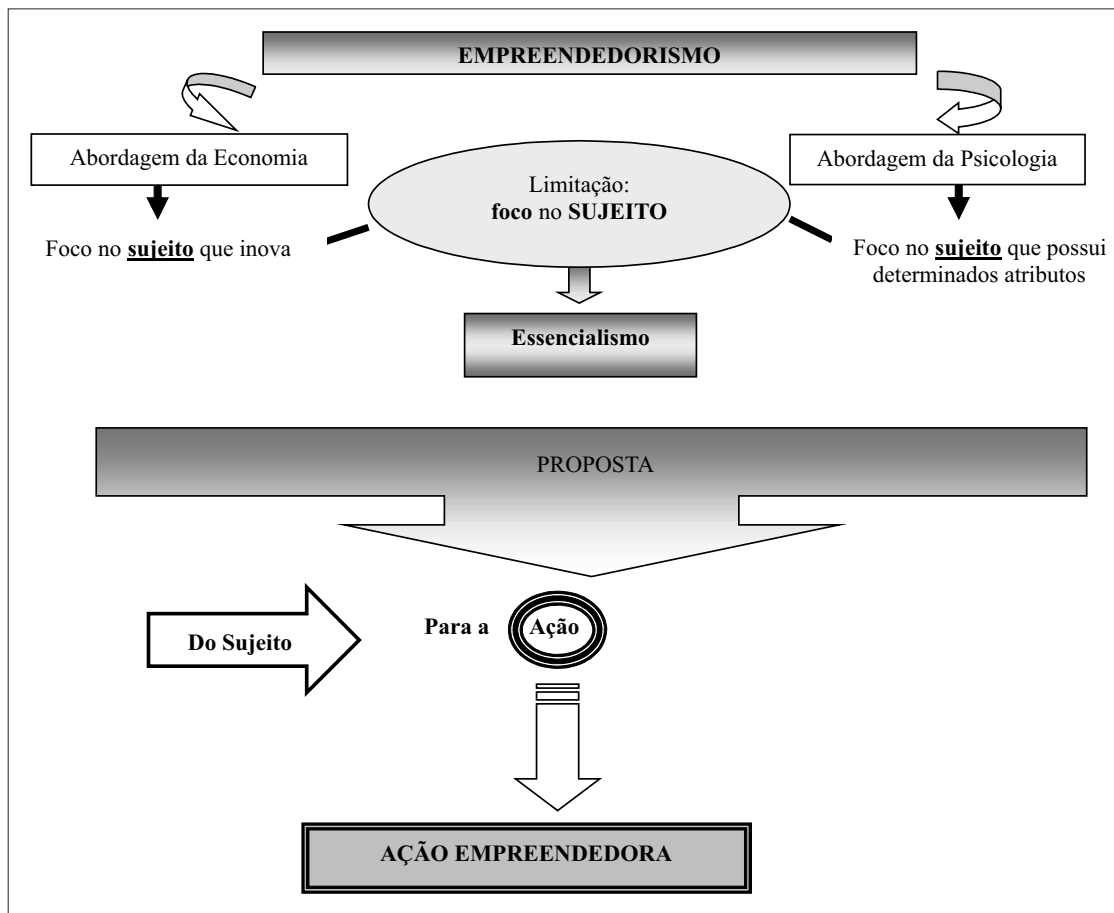
Na tentativa de construção de uma teoria sobre a ação empreendedora, Berlung (2005) afirma que "ação é frequentemente definida como um comportamento ou atividade que carrega um sentido subjetivo para o agente, isto é, fazer algo com um grau de intencionalidade ou atenção". O autor oferece uma perspectiva de análise que vê a ação empreendedora como uma prática situada, ao mesmo tempo retendo o foco no empreendedor como um sujeito pensante, reflexivo e estrategicamente situado. Considera, portanto, a ação empreendedora como oposta ao comportamento, na medida em que seria uma ação reflexiva e sempre tendo lugar em relação a situações específicas e a um contexto social mais amplo.

A partir de algumas discussões já realizadas na academia, tanto em nível nacional quanto internacional, Lima (2010) busca compreender o fenômeno do empreendedorismo desviando o foco do empreendedor como objeto central para uma perspectiva centrada na ação empreendedora e no contexto socioeconômico. Reconhecendo essa problemática, Lima (2010, p. 27) realizou síntese de sua produção associada às PMEs como objeto central: "O objetivo é expor algumas vertentes de uma linha de pesquisa que trouxe, ora de modo explícito, ora de modo implícito, aspectos e caminhos alternativos do enfoque da problemática envolvendo a abordagem do empreendedorismo, da gestão de PMEs e do empreendedor, abrindo-se perspectivas das ações empreendedoras, categorias elementares do empreendedorismo como fenômeno social". Na Figura 1, apresentam-se, de modo esquemático, aspectos da proposta da consideração da ação empreendedora para estudos do empreendedorismo.

A noção de ação empreendedora trabalhada por Lima (2010) foi desenvolvida inicialmente por Cramer (2002), Cramer, Lima e Brito (2002) e Tavares e Lima (2004), sendo consistente com a problemática da ação como categoria elementar para estudos organizacionais, exposta anteriormente (LIMA, 1989; 1991; 1992). Tais pesquisadores propuseram que o foco de análise sobre o empreendedorismo fosse deslocado do agente empreendedor para a atividade empreendedora. Esta perspectiva tomou o postulado de que as atividades gerenciais conjuntamente com as empreendedoras desempenhavam papel crucial para o crescimento da empresa, para sua diferenciação no mercado e, conseqüentemente, para o aumento de sua competitividade.

Essa categoria tem sido objeto de estudos na academia brasileira, destacando-se as abordagens expressas por Paiva Júnior (2004), Corrêa, Paiva Júnior e Oliveira (2006), Paiva Júnior e Mello (2009).

Figura 1: Síntese Teórica



Fonte: Elaboração própria.

De acordo com Lima (2008), embora predomine, de um modo geral, na literatura acadêmica e de “vulgarização do empreendedorismo” a visão de que o empreendedor é um indivíduo detentor de certas características que o tornam um ser “especial”, já se observa pesquisadores que concebem o caráter de transitoriedade ao empreendedorismo à medida que levam em conta que a gestão empreendedora e o ato de empreender são descontínuos. Com isso, o pesquisador procura mostrar aspectos de práticas de pesquisas passadas sobre a problemática do empreendedorismo que privilegiaram as ações empreendedoras, ou seja, que apontaram para o descentramento do foco do sujeito para a ação.

Desse modo, como defende Cramer (2002), antes mesmo de se realizar qualquer tipo de distinção apriorística entre empresários e empreendedores, deve-se investigar as ações dos empresários no seu cotidiano administrativo que possam ser qualificadas como ações empreendedoras. Tal perspectiva de análise, portanto, deixa de lado o empresário encarado isoladamente como um empreendedor, em prol da ação, seja de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos ou de instituições que interagem entre si em um dado contexto socioeconômico. A consideração de que o centro do fenômeno não está no sujeito, mas na ação, além de reconhecer que as ações de empresários podem ou não ser empreendedoras, permite a consideração de que elas são transitórias, não são contínuas: ora o empresário está desempenhando atividades empreendedoras, ora está executando atividades gerenciais. Trata-se de

ações distintas, complementares e, sobretudo, necessárias e que podem ser desempenhadas por um indivíduo ou um grupo de indivíduos inseridos em um determinado contexto.

Esse caráter coletivo da ação empreendedora é consistente com a perspectiva de ações coletivas, como os diferentes autores a concebem, envolvendo dimensões de observação, tais como a ação de equipes, função empreendedora do ambiente em que se inserem as organizações, co-construção do ambiente com reconciliação de oportunidades e ações, ações empreendedoras como construções sociais, oportunidades como resultantes de ações empreendedoras, ação empreendedora como prática situada, empreendedorismo regional (ALVAREZ; BARNEY, 2007; BERLUNG, 2005; BRACKINICKY, 2005; KLEIN, 2008; McMUELLEN; SHEPPERD, 2006; PAIVA JÚNIOR, 2004; SCHUMPETER, 2002). Para Paiva Júnior (2004), o conceito de ação empreendedora pode ser, portanto, considerado multidimensional, pois, atuando de forma dialógica, envolve o empreendedor, a empresa e o ambiente.

A noção de ação empreendedora abre, portanto, a possibilidade de considerar que indivíduos comuns, homens ou mulheres, podem, individualmente ou em grupo, praticar uma ação empreendedora de caráter radical ou incremental. Enfim, as ações empreendedoras são aquelas que proporcionam a produção de inovações radicais ou não, mas, principalmente, incrementais, seja por meio do oferecimento de novos serviços/produtos, seja por meio da aquisição de novos recursos produtivos/gerenciais, isto é, por meio de mudanças administrativas ou de implantação de novos processos, desde que percebidos pelo meio – como defende Rogers (1995). Depreende-se daí que essas iniciativas, em relação ao universal, podem não ser novas, porém, mesmo que tenham sido imitadas, se se configurarem como novas em um contexto específico, podem ser consideradas como inovação. Ademais, essas ações empreendedoras podem apresentar-se em um indivíduo ou em grupo de indivíduos. Ou seja, a partir dessa noção, percebe-se que o conceito de empreendedor e de empreendedorismo pode ter um caráter inclusivo (ao contrário de uma visão essencialista que acredita que o empreendedor traria consigo características inatas e incomuns). Reafirma-se aqui, portanto, que o empreendedorismo se manifesta na ação empreendedora. Do ponto de vista teórico, pode-se, pois, reconhecer o potencial de interpretação de situações de empreendedorismo, tendo em conta a formulação da noção de ação empreendedora como elemento essencial do fenômeno. Assim, considera-se que indivíduos agentes de organizações públicas e/ou privadas, que estão inseridas em diferentes coletividades, promovem ações empreendedoras que podem ser consideradas como estratégias inovadoras, observadas tanto no âmbito organizacional, como local ou regional.

A consideração das ações empreendedoras como elemento central da pesquisa é consistente com diferentes tentativas no sentido de usar a adjetivação da condição empreendedora de certas ações ou fenômenos. Nessa perspectiva, são estudadas cidades empreendedoras (JESSOP; SUM, 2000), aborda-se empreendedorismo de países e regiões (McMUELLEN; BAGBY; PALICH, 2009), apontam-se aprendizagens empreendedoras e estratégias empreendedoras (HOLCOMB *et al.*, 2009), definem-se empresas empreendedoras e famílias empreendedoras, bem como sucessões empreendedoras (BORGES, 2009; BORGES; LIMA, 2009), governos empreendedores ou empreendedorismo em setores públicos (BERNIER; HAFSI, 2007), empreendedorismo social (SLYKE; NEWMAN, 2006). Esse conjunto de abordagens é convergente com a de Paiva Júnior (2004), quando argumenta que o conhecimento é contextualizado pela sua natureza histórico-cultural e rejeita que a ciência deva ser discutida por meio de uma voz única e universal. O foco nas ações empreendedoras apresenta-se como uma alternativa possível para enfoque do fenômeno empreendedorismo, com apreensão das relações socioculturais que permeiam as práticas empreendedoras e gerenciais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho, retomou-se a temática do empreendedorismo, procurando-se enfatizar aspectos predominantes de abordagens diferenciadas sobre o empreendedor e sobre o empreendedorismo, para oferecer uma visão diferenciada do fenômeno pela perspectiva da ação empreendedora. Para tal, procurou-se enfatizar certos traços dessas abordagens, retomando sínteses feitas por diferentes autores de relevância nesse campo de estudos. Pode-se afirmar que, enquanto os adeptos das perspectivas econômicas acreditam que os empreendedores são os agentes responsáveis pela inovação e os associam às forças direcionadoras de desenvolvimento, os comportamentalistas enfatizam aspectos atitudinais do sujeito e procuram identificar traços de personalidade no indivíduo

empreendedor. Em outros termos, o entendimento de que o indivíduo empreendedor ou é aquele que possui determinados atributos comportamentais ou é aquele que promove o desenvolvimento econômico a partir de ideias e práticas inovadoras pode, por vezes, revelar-se exclusivista e restritivo, desconsiderando agentes sociais que não se enquadram nessas noções.

Tanto os economistas quanto os comportamentalistas colocam o sujeito da ação empreendedora como o centro do fenômeno do empreendedorismo. Essa ênfase no sujeito pode levar, em certos casos, à ênfase da consideração dos empreendedores como se fossem diferentes das demais pessoas ou, ainda, como se possuíssem na sua "natureza" determinadas habilidades, atitudes e comportamentos especiais. Ou seja, muitas vezes apoiam-se numa visão essencialista do empreendedor, como se certos atributos – como disponibilidade para correr riscos, capacidade para inovar, autoconfiança, perseverança, visão ampliada, talento, comprometimento, liderança, integridade, administração participativa, capacidade de adaptação, etc. – simplesmente lhe fossem inatos.

A alternativa de abordagem do fenômeno proposta envolve deslocar o foco do sujeito para a ação, permitindo, portanto, abrir a possibilidade para se considerar que indivíduos comuns podem, individualmente ou em grupo, praticar uma ação empreendedora. Assim, a noção de ação empreendedora revela-se bastante pertinente, porque sua ênfase não é no sujeito, mas no trabalho. Ademais, os indivíduos ora desempenham atividades empreendedoras ora gerenciais, ou melhor, desempenham conjuntamente tais atividades que são complementares, descontínuas e fundamentais não só para a sobrevivência de uma organização, mas, sobretudo, para seu crescimento e diferenciação no mercado. Focalizar então o conceito de empreendedorismo no sujeito pode significar limitar sua amplitude epistemológica por meio de uma visão ontológica reducionista. Ao contrário, quando se busca pesquisar e analisar as ações – procurando, com isto, sondar suas motivações, seus efeitos, as evidências de sua força, a energia de seu movimento, o esperado e inesperado de suas repercussões – está se propondo o estabelecimento de uma nova episteme. Pensar o conceito de empreendedorismo sob a égide da ação (em vez do sujeito) implica estabelecer ou adotar uma nova episteme que passa a envolver uma concepção fragmentária e não evolucionista da história da ciência, incluindo aí a história da ciência da administração. Pensar a ação empreendedora significa, portanto, engendrar uma ruptura com certas visões predominantes do empreendedorismo. A ação empreendedora se constitui num conceito não reducionista do ponto de vista ontológico. Ela engloba, variavelmente, a interferência de sujeitos coletivos. Sujeitos que fazem tocar a roda para frente apenas um momento e voltam correndo para a sombra. À luz permanece a ação empreendedora e as evidências de sua força, a energia de seu movimento, o esperado e o inesperado de suas repercussões. Considerar, portanto, que a função empreendedora não está incorporada em uma pessoa física particular confere um caráter mais inclusivo ao empreendedorismo, visto que admite a inserção da consideração de atores sociais que se encontram à margem, porque não se enquadram nas noções mais difundidas de empreendedor.

Ao desviar o foco do sujeito para a ação, resgatando o conceito de ação empreendedora, abre-se então um novo caminho, que converge com outras vertentes da abordagem do fenômeno do empreendedorismo em uma perspectiva coletiva. A consideração do ambiente, o contexto, os diferentes setores econômicos em que possam vigorar ações empreendedoras abrem alternativas de observação do fenômeno empreendedorismo. Não mais restritos na criação de empresas ou inovações frutos de uma ação individual, pode-se ampliar a base de observação do fenômeno para apreendê-lo na gestão de cidades, no setor público, nas ONGs, nas famílias, nas equipes, nos países. A menção de trabalhos de autores que enfocam essas vertentes do fenômeno do empreendedorismo evidencia que se torna claro que, nessa perspectiva, há campo para continuidade de novas contribuições. Trata-se, portanto, de um campo aberto para novos estudos.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, S. A.; BARNEY, J. B. Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. **Organizações em contexto**, ano 3, n. 6, dez. 2007.

BERGER, P. I.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. 248 p.

BERGLUND, H. **Toward a theory of entrepreneurial action** - Exploring Risk, Opportunity and Self in Technology Entrepreneurship. 2005. PhD Thesis (Department of Technology Management and Economics) – Chalmers University of Technology, Gothenburg, Suécia, 2005.

BERNIER, L. HAFSI, T. The Changing Nature of Public Entrepreneurship. **Public Administration Review**, p. 488-503, may/june, 2007.

BORGES, A. F. **A construção do processo de sucessão empreendedora em empresas familiares**, 2009, 126 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2009.

BORGES, A. F.; LIMA, J. B. A construção do processo de sucessão empreendedora em empresas familiares. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 33., 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. CD ROM.

BRATNICKY, M. Organizational Entrepreneurship: Theoretical Background, Some Empirical Tests, and Directions for Future Research. **Human Factors and Ergonomics in Manufacturing**, v. 15, n. 1, p. 15–33, 2005.

BROCKHAUS, R. H. A influência do empreendedorismo na economia dos Estados Unidos. In: INSTITUTO EUVALDO LODI. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI/IEL, 2000. p. 43-57.

CARMO-NETO, D. G. do. **Lógica do empreendedor**: como traçar o percurso do sucesso. Salvador: Universitária Americana, 1995. 369 p.

CORRÊA, M. I.; PAIVA JÚNIOR, F. G.; OLIVEIRA, M. A. F. de. A ação empreendedora e os modos de sociabilidade constitutivos da cultura brasileira: um estudo de caso. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. CD ROM.

CRAMER, L. **Representações sociais sobre a ação empreendedora**. 2002. 81 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2002.

CRAMER, L.; LIMA, J. B.; BRITO, M. J. Representações sociais da ação empreendedora. In: ASSEMBLÉIA DO CONSELHO LATINO-AMERICANO DE ESCOLAS DE ADMINISTRAÇÃO, 37., 2002, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS/CLADEA, 2002. 1 CD-ROM.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. 274 p.

DOSI, G. **Mudança técnica e transformação industrial**: a teoria e uma aplicação à indústria dos semicondutores. Campinas: UNICAMP, 2006. 464 p.

DOSI, G. et al. **Technical change and economic theory**. London: Pinter, 1988. 646 p.

DOSI, G.; ORSENIGO, L. Coordination and transformation. In: DOSI, G. et al. (Org.). **Technical change and economic theory**. London: Pinter, 1988. p. 38-66.

DOSI, G. et al. **Technical change and economic theory**. London: Pinter, 1988. 646 p.

FILION, L. J. Aprender a empreender. In: FILION, L. J.; DOLABELA, F. **Boa idéia! e agora?** São Paulo: Cultura, 2000a.

_____. Empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: INSTITUTO EUVALDO LODI. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI/IEL, 2000b. p. 13-42.

_____. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **RAE**, São Paulo, v. 39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999a.

_____. Empreendedorismo, empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999b.

_____. **From entrepreneurship to entrepreneurship**. 1997. Disponível em: <<http://www.usasbe.org/knowledge/proceeding/1997/p207filion.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2005.

_____. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **RAE**, São Paulo, v. 33, n. 6, p. 50-61, nov./dez. 1993.

- _____. Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **RAE**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.
- FREEMAN, C. Japan: a new national system of innovation? In: DOSI, G. et al. (Org.). **Technical change and economic theory**. London: Pinter, 1988. p. 330-348.
- FREEMAN, C.; PEREZ, C. Structural crises of adjustment business, cycles and investment behaviour. In: DOSI, G. et al. (Org.). **Technical change and economic theory**. London: Printer, 1988. p. 38-66.
- GOMES, A. F. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: UESB, 2006. 170 p.
- HOLCOMB, T. R.; IRELAND, R. D.; HOLMES Jr.; R. M.; HITT, M. A. Architecture of Entrepreneurial Learning: Exploring the Link Among Heuristics, Knowledge, and Action. **Entrepreneurship, Theory & Practice**, p.167-192, jan. 2009.
- JESSOP, B.; SUM, N-L. An Entrepreneurial City in Action: Hong Kong's Emerging Strategies in and for (Inter)Urban Competition. **Urban Studies**, v. 37, n. 12, p. 2287- 2313, 2000.
- JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- _____. Entrepreneurship and economic theory. **International Small Business Journal**, v. 7, n. 3, p. 29-38, 1989.
- _____. Réseautage et innovation: le cas des PME manufacturières d'une region en reconversion. **Économie et société**, p. 75-100, 2006. (Série Dynamique Technologique et Organisation, n. 9).
- KLEIN, P. Opportunity discovery, entrepreneurial action and economic organization. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 2, p. 175-190, 2008.
- LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**: criando riquezas. Recife: Bagaço, 2000. 547 p.
- LENZI, F. C.; VENTURI, J. L.; DUTRA, I. S. Estudo comparativo das características e tipos de empreendedores em pequenas empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. CD ROM.
- LIMA, J. B. Ações Empreendedoras e Práticas da Pesquisa em Empreendedorismo. In: GIMENEZ, Fernando; MORAIS, Jane; RAMOS, Simone Cristina. (Org.). **Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte**. 1 ed. Curitiba: Editora Champagnat, 2010, v. 1, p. 25-40.
- LIMA, J. B. Ações empreendedoras e práticas da pesquisa em empreendedorismo. In: COLÓQUIO SOBRE EMPREENDEDORISMO E ESTRATÉGIA DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, 1., 2008, Curitiba. **Anais...** Curitiba: PUC-PR, 2008. 1 CD-ROM.
- LIMA, J. B. Processos decisórios e processos de decisão-ação em organizações rurais. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 16., 1992, Canela. **Anais...** Canela: ANPAD, 1992.
- LIMA, J. B. Situações administrativas e a complexidade dos processos de decisão-ação. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 15., 1991, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ANPAD, 1991.
- LIMA, J. B. Decisão e ação: categorias elementares para estudos de organizações rurais. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 14., 1989, Águas de São Pedro. **Anais...** Águas de São Pedro: ANPAD, 1989
- LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 16, n. 5, p. 429-451, May 2001.
- MALLMANN, T. D. M.; BORBA, B. W.; RUPPENTHAL, J. E. Avaliação da Tipologia dos Empreendedores Residentes de Incubadoras Utilizando o Teste "Keirsey Temperament Sorter". In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. CD ROM.
- MARSHALL, A. **Princípios de economia**: tratado introdutório. São Paulo: Abril Cultural, 1982. v. 1, 272 p.

- McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton, N. J.: Van Nostrand, 1961.
- McMULLEN, J. S.; BAGBY, D. R.; PALICH, L. E. Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action. **Entrepreneurship, Theory & Practice**, p. 875-895, 2008.
- McMULLEN, J. S.; SHEPPERD, D. A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. **Academy of Management Review**, v. 31, n. 1, p. 132-152, 2006.
- METCALFE, J. S. The entrepreneur and the style of modern economics. In: CICLO DE SEMINÁRIOS: BRASIL EM DESENVOLVIMENTO, 1., 2003, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- MOSAKOWSKI, E. Entrepreneurial resources, organizational choices, and competitive outcomes. **Organization Science**, Davis, v. 9, n. 6, p. 625-641, Nov./Dec. 1998.
- NELSON, R. R. Why do firms differ, and how does it matter? In: RUMELT, R. P.; SCHENDEL, D. E.; TEECE, D. J. (Org.). **Fundamental issues in strategy: a research agenda**. Boston: Harvard Business School, 1994. p. 247-269.
- NELSON, R. R.; WINTER, S. **An evolutionary theory of economic change**. London: The Belknap-Harvard University, 1982. 431 p.
- PAIVA JÚNIOR, F. G. de. **O empreendedorismo na ação de empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz**. 2004. 369 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.
- PAIVA JÚNIOR, F. G. de; ALMEIDA, S. de L.; GUERRA, J. R. F. O empreendedor humanizado como uma alternativa ao empresário bem-sucedido: um novo conceito em empreendedorismo, inspirado no filme *Beleza Americana*. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 8, p. 112-134, nov./dez. 2008. Edição especial.
- PAIVA JÚNIOR, F. G. de; MELLO, S. C. B. O papel da ação empreendedora no cenário das empresas de base tecnológica. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 4., Recife, 2009. **Anais...** Recife: ANPAD, 2009. CD ROM.
- PAULA, J. A. de; CERQUEIRA, H. E. A. da G.; ALBUQUERQUE, E. da M. e. **Teoria econômica, empresários e metamorfose na empresa industrial**. Belo Horizonte: UFMG/CEDEPLAR, 2000.
- PENROSE, E. T. **The theory of the growth of the firm**. New York: J. Wiley, 1959. 260 p.
- ROGERS, E. M. **Diffusion of innovations**. New York: Free, 1995. 403 p.
- SAY, Jean-Baptiste. **A treatise on political economy; or the production, distribution & consumption of wealth**. New York: A. M. Kelley, Bookseller, 1964. 488p.
- SCHUMPETER, J. A. Economic theory and entrepreneurial history. **Revista Brasileira de Inovação**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 203-224, jul./dez. 2002.
- _____. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982. 170 p.
- SHANE, S.; VANKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- SLYKE, D. V.; NEWMAN, H. K. Venture Philanthropy and Social Entrepreneurship in Community Redevelopment. **Nonprofit Management & Leadership**, v. 16, n. 3, p. 345-368, spring, 2006.
- SZMRECSÁNYI, T. Apresentação. **Revista Brasileira de Inovação**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 201-202, jul./dez. 2002.
- TAVARES, T. S.; LIMA, J. B. Empreendedorismo, empreendedores e ação empreendedora. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. CD-ROM.
- TIMMONS, J. A. **The entrepreneurial mind**. Andover: Brick House, 1989.
- VIANA, G.; FRANCO NETTO, F. Caso Brasil: dimensões positivas do empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. **Revista Eletrônica Lato Sensu**, Guarapuava, ano 2, n. 1, jul. 2007. Disponível em: <http://web03.unicentro.br/especializacao/revista/edicao2/sociais/CS_CasoBra.pdf>. Acesso em: 8 set. 2008.

WEBER, M. **A ética protestante e o "espírito" do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

NOTA

- 1 De fato, Penrose explora a ideia da importância das funções empreendedoras e gerenciais, enquanto Metcalfe defende o trabalho em equipe.