

**Tipos de Empreendedores e suas Características Distintivas:
um Estudo em São João Del Rei (Minas Gerais, MG)**

**Types of Entrepreneurs and their Distinctive Features:
a Study in São João Del Rei (Minas Gerais, MG)**

Daniela Martins Diniz¹; Gabriella Vilela Cordeiro²; Fabrício Molica de Mendonça³; Paulo Henrique de Lima Siqueira⁴

¹Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT

Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ – Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis
Av. Visconde do Rio Preto, s/n, Colônia do Bengo, São João del-Rei – CEP 36301-360
Minas Gerais/MG – Brasil
danidiniz@ufsj.edu.br

²Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ – Departamento de Administração
Av. Visconde do Rio Preto, s/n, Colônia do Bengo, São João del-Rei – CEP 36301-360
Minas Gerais/MG – Brasil

gabivilelac22@gmail.com

³Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT

Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ – Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis
Av. Visconde do Rio Preto, s/n, Colônia do Bengo, São João del-Rei – CEP 36301-360
Minas Gerais/MG – Brasil
fabriciomolica@ufsj.edu.br

⁴P Programa de Pós-Graduação em Administração Pública - PROFIAP

Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ – Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis
Av. Visconde do Rio Preto, s/n, Colônia do Bengo, São João del-Rei – CEP 36301-360
Minas Gerais/MG – Brasil
paulosiqueira@ufsj.edu.br

Resumo

Com o intuito de contribuir para a consolidação de estudos nacionais que examinam variações e características distintas entre empreendedores, bem como a sua influência no desenvolvimento de contextos urbanos, emerge a posposta do presente estudo. Nessa linha, o objetivo deste artigo é apresentar resultado de estudo destinado a investigar tipos e características distintivas de empreendedores localizados na região central da cidade de São João Del Rei (Minas Gerais, MG), tomando como referência tipologia de empreendedores concebida e validada em contextos urbanos brasileiros. Portanto, buscou-se verificar em que medida tipologia identificada inicialmente em Tiradentes (MG) e corroborada em Paraty (RJ) tem aderência à realidade dos tipos de empreendedores localizados na cidade alvo do estudo. A pesquisa pode ser caracterizada como um estudo de natureza quantitativa envolvendo a aplicação de questionários junto a 51 empreendedores locais. Os resultados empíricos revelam a presença mais significativa de três tipos de empreendedores na cidade: os empreendedores modernos negócios (45%), seguido dos

empreendedores tradicionais nativos (25%) e pelos empreendedores pós-modernos vanguardistas (18%). Tal resultado aponta para a coexistência, em uma mesma região, de diferentes tipos de empreendedores que apresentam características distintas na forma de gestão de seus negócios.

Palavras-chave: Tipos de empreendedores; Comportamento Empreendedor; Empreendedorismo local; Contextos Urbanos.

Abstract

In order to contribute to the consolidation of national studies that examine variations and distinct characteristics among entrepreneurs, as well as their influence on the development of urban contexts, the proposal of the present study emerges. The aim of the study was to investigate types and distinctive characteristics of entrepreneurs located in the central region of the city of São João Del Rei (Minas Gerais, MG), taking as a reference the typology of entrepreneurs conceived and validated in Brazilian urban contexts. Therefore, we sought to verify to what extent typology initially identified in Tiradentes (MG) and corroborated in Paraty (RJ) has adherence to the reality of the types of entrepreneurs located in the target city of the study. The research can be characterized as a study of a quantitative nature involving the application of questionnaires with 51 local entrepreneurs. The empirical results reveal the most significant presence of three types of entrepreneurs in the city: modern entrepreneurs do business (45%), followed by traditional native entrepreneurs (25%) and by avant-garde postmodern entrepreneurs (18%). This result points to the coexistence, in the same region, of different types of entrepreneurs who have different characteristics in the way they manage their businesses.

Key-words: Types of entrepreneurs; Entrepreneurial Behavior; Local entrepreneurship; Urban Contexts.

1. Introdução

Estudos clássicos sobre empreendedorismo chamam a atenção para a importância do empreendedorismo local como um dos principais fatores impulsionadores do desenvolvimento socioeconômico de regiões (SCHUMPETER, 1961; SELSKY; SMITH, 1994). Desse modo, algumas pesquisas têm buscado investigar o papel do empreendedor enquanto agente gerador de mudanças no nível do indivíduo, da empresa e da sociedade; os impactos do empreendedorismo local; as motivações que levam o empreendedor a abrir o seu negócio; o processo de empreender e estratégias de fomento à atividade empreendedora (MCCLELLAND, 1972; FILION, 2000; RAUCH *et al.*, 2004; SARASVATHY, 2004; BAKER, NELSON, 2005; ZAHRA *et al.*, 2009; STINCHFIELD *et al.*, 2010).

O pensamento clássico sobre o empreendedorismo pode ser visualizado por meio de dois extremos analíticos. De um lado, há estudos que enfatizam a visão do empreendedor como um agente quase mítico com competências singulares que, ao contrário dos demais indivíduos, estaria apto a aproveitar oportunidades que outros não conseguiriam vislumbrar (COLLINS; MOORE, 1964; MINER, 1996, 2000). De outro lado, há autores que defendem que forças externas criam

oportunidades para novos empreendimentos os quais seriam idealizados ao acaso por pessoas e não por virtudes particulares (HANNAN; FREEMAN, 1984).

Se os primeiros estudos sobre empreendedorismo distinguiram os empreendedores como uma categoria especial diferente do restante da população, aos poucos se tornou aparente que mesmo os empreendedores, como uma classe, apresentam variações entre si, as quais têm importantes implicações em nível conceitual e prático. Desse modo, estudos contemporâneos têm retomado sua atenção para a variação entre os empreendedores e seus estilos de gestão (SANTANNA *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2013; SANT'ANNA; DINIZ, 2017). Sarasvathy (2004), por exemplo, defende que a perspectiva de uma homogeneidade entre os empreendedores pode prejudicar os esforços para se compreender melhor este fenômeno que possui natureza complexa.

Nessa direção, alguns estudos foram desenvolvidos com a finalidade de discutir tipos ou tipologias de empreendedores, partindo do fundamento de que os empreendedores possuem diferenças entre si em termos de características pessoais, da forma de gestão e condução de seus negócios, da maneira com que se relacionam com as pessoas e com o entorno aonde os seus negócios se inserem (FILLEY, ALDAG, 1978; FILION; 2000; SANT'ANNA *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2013; MINELLO; SCHERER, 2014; SANT'ANNA; DINIZ, 2017).

Assim, registra-se uma preocupação contemporânea com os diferentes atributos que os empreendedores podem ser caracterizados, com os impactos da atuação empreendedora para além das fronteiras do seu negócio, bem como de suas influências no desenvolvimento do entorno, levando em consideração o contexto urbano no qual tais agentes se inserem (SANTANNA *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2013; MINELLO; SCHERER, 2014; SANT'ANNA; DINIZ, 2017). Não obstante, a maior parte das tipologias que tratam de variações entre empreendedores foram desenvolvidas em outros países e somente, após 2010, emergem estudos brasileiros com esse enfoque (SANTANNA *et al.*, 2012; OLIVEIRA *et al.*, 2013; MINELLO; SCHERER, 2014; SANT'ANNA; DINIZ, 2017).

Com o intuito de contribuir para a consolidação de estudos nacionais que examinam variações e características distintas entre empreendedores, bem como a sua influência no desenvolvimento de contextos urbanos, emerge a posposta do presente estudo. O objetivo da pesquisa foi investigar tipos e características de empreendedores localizados no centro da cidade de São João Del Rei (SJ), tomando como referência a tipologia de empreendedores de Sant'Anna *et al.* (2011). Ou seja, buscou-se verificar em que medida tal tipologia, identificada inicialmente em Tiradentes (MG) e corroborada em Paraty (RJ), tem aderência à realidade dos tipos de empreendedores localizados na região central de São João Del Rei.

Para além da introdução, a próxima seção contempla a base teórica do estudo.

2. Fundamentação Teórica

O empreendedorismo, enquanto campo de estudo, pode ser caracterizado como uma área diversificada cujos principais interesses de investigação estão ligados: ao indivíduo empreendedor (suas características e perfil); ao processo de empreender (a sua natureza emergente/deliberada e as fases do processo); à motivação para abrir negócio (por necessidade, oportunidade ou ambas); às condições facilitadoras do empreendedorismo; aos desafios enfrentados pelo empreendedor, bem ao impacto da atividade empreendedora no nível do indivíduo, da organização e da sociedade (SANT'ANNA *et al.*, 2011; SANTANNA *et al.*, 2012).

Analisando sob uma perspectiva histórica, o campo do empreendedorismo pode ser visualizado a partir de três principais correntes classificadas em Econômica, Social e Comportamental (embora não esgotem o assunto). Em linhas gerais, os economistas foram os primeiros a chamar atenção para a importância da atividade empreendedora no desenvolvimento socioeconômico e os estudos desenvolvidos sob essa perspectiva enfatizam, sobretudo, a capacidade do empreendedor em utilizar os recursos de forma criativa promovendo redução de custo e o aumento da lucratividade do negócio. Já a abordagem social do empreendedorismo busca investigar a relação entre variáveis sociais (idade, valores familiares, rede de relações, instrução e experiência profissional) e o comportamento empreendedor. A abordagem comportamental, por sua vez, se preocupa em analisar o comportamento, o perfil e a motivação do empreendedor a partir de uma perspectiva mais humanística, entendendo o empreendedorismo como um fenômeno que transcende o campo econômico e dos negócios (SANT'ANNA; DINIZ, 2017).

Com a constatação de que os empreendedores possuem variações entre si, cresce o número de estudos (após a década de 2000), que buscam investigar diferentes tipos de empreendedores com o intuito de evidenciar variados comportamentos, papéis e atributos pessoais dos empreendedores. Entende-se que a literatura clássica sobre empreendedorismo estava pouco atenta à dinâmica de coexistência entre tipos de empreendedores distintos (SARASVATHY, 2004; BAKER, NELSON, 2005; ZAHRA *et al.*, 2009; STINCHFIELD *et al.*, 2010; SANT'ANNA *et al.*, 2011).

A tipologia mais antiga é a de Smith, desenvolvida na década de 1960, cuja influência perdura até hoje. Smith (1967) identificou dois tipos de empreendedores, os artesãos e os oportunistas. O primeiro caracteriza-se por ser filho de operários e ter algum treinamento técnico ou instrução em nível universitário, mas, raramente, concluído. Trata-se de profissional dedicado a excelência no serviço que desempenha e geralmente, tenta evitar influência de gerentes e sindicatos no exercício de seu ofício. Preza por serviços de qualidade e não se importa muito com crescimento e lucros altos. Já o oportunista normalmente tem curso superior completo em áreas como a administração, mas raramente em áreas técnicas, como a engenharia. É comum que possua

experiência como gestor antes da abertura de seu próprio negócio. Este perfil busca o crescimento da empresa e lucros crescentes.

Décadas subsequentes trouxeram novas tipologias, mas parece ter persistido a tensão entre crescimento e lucro, de um lado, e foco em excelência na produção, de outro. No final de 1970, por exemplo, Filley e Aldag (1978) realizaram uma *survey* com pequenas e médias empresas de manufatura. Os resultados da pesquisa revelaram três tipos de empreendimentos a que chamaram de: artesanal, promocional e administrativo. As organizações artesanais eram lideradas por empreendedores que ambicionavam conforto pessoal e perpetuidade da empresa, priorizando para tal aspectos tecnológicos e produtivos. A organização promocional, por sua vez, tendia a ser liderada por indivíduos carismáticos, que prezavam a inovação e procuravam fatores de diferenciação para seus produtos ou posicionamentos mercadológicos que distinguissem a empresa das demais do setor. O terceiro tipo, o empreendimento administrativo, era administrado por empreendedores profissionais, que se apoiavam em procedimentos de planejamento e organização formal. Qualquer mudança ou ajuste do mercado se realizava por meio de cuidadosos processos de planejamento e ornamentação. As mudanças eram sempre incrementais, não revolucionárias.

Miner (1996), por sua vez, define quatro tipos de empreendedor. O primeiro é o empreendedor pessoal, àquele que busca excelência em tudo que realiza e tem como principais características a iniciativa e o comprometimento com a empresa. Já o “especialista gerador de ideias” é àquele que busca alcançar os objetivos da empresa através da inovação em produtos/serviços e processos. O “empático supervendedor”, por sua vez, acredita que o principal fator que leva a obtenção de lucros é a força de vendas da empresa e, assim, dá ênfase nos processos comerciais da firma. Por fim, o “verdadeiro gestor” tem capacidades gerenciais e administrativas bem desenvolvidas e busca a competitividade da empresa por meio de tais habilidades.

No Brasil, alguns estudos recentes que abordam a temática “tipologia de empreendedores” foram desenvolvidos no país (OLIVEIRA *et al.*, 2013; SANT’ANNA; DINIZ, 2017). Tais pesquisas partem da premissa de que os empreendedores não surgem em um “vácuo social”, nem são independentes uns dos outros, especialmente em contextos em que compartilham o mesmo patrimônio histórico ou cultural. Portanto, é fundamental entender a inter-relação que se estabelece entre o espaço social e o comportamento empreendedor, bem como identificar novas características de empreendedores específicos para um determinado contexto estudado (RUSU, 2014).

Dados empíricos do estudo de Sant’Anna *et al.* (2011) obtidos na cidade de Tiradentes (MG) evidenciam três categorias de empreendedores indutivamente denominadas de: “tradicional”, “modernos” e “pós-modernos”. Estudos posteriores aplicados em Paraty (RJ) e Sete Lagoas (MG) permitiram corroborar a tipologia inicialmente identificada (OLIVEIRA *et al.*, 2013; SANT’ANNA; DINIZ, 2017). De acordo com os autores, os Empreendedores Tradicionais possuem

como principal capital a “tradição”, porém podem se subdividir em duas subcategorias: os Nativos e os Pioneiros. Enquanto os primeiros valorizam o “nome de família, os bens de raiz”, os Pioneiros dão mais ênfase aos aspectos “culturais, à erudição”.

O *empreendedor nativo* atribui maior valor a dimensões associadas ao nome de família e à tradição. São representados por pequenos comerciantes e empreendedores individuais nascidos na região, os quais já mantinham negócios na cidade bem antes do *boom* do turismo. Tal classe de empreendedores se apresenta, atualmente, pouco representativa em termos econômicos e sofre o peso da concorrência dos empreendimentos mais *modernos* (SANT’ANNA *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2013; SANT’ANNA; DINIZ, 2017).

Já o *empreendedor pioneiro* parece dar mais ênfase à sua *bagagem cultural e humanista*. Comumente fixados no centro histórico, são “pioneiros” na implantação de empreendimentos direcionados ao processo de reconversão de funções econômicas de Tiradentes na direção do turismo. Ao contrário dos *empreendedores nativos*, os *pioneiros* se diferenciam por serem estrangeiros ou, apesar de nascidos na região, terem vivenciado experiências em outros países ou em grandes centros urbanos. Por fim, tais empreendedores geralmente revelam estreita ligação entre seus negócios e seus projetos pessoais.

Os *empreendedores tradicionais* disputam espaço com outro grupo de empreendedores: os *empreendedores modernos*. Este grupo, por sua vez, pode ser classificado em duas categorias (os negociais e os profissionais), embora se assemelhem no que se refere à valorização da qualificação formal e de valores que extrapolem o aspecto da tradição.

Os empreendedores negociais são associados a expressões como “lucro imediato” e “lógica de gestão de curto prazo” e tendem a se preocupar mais com o desempenho de seu negócio do que com as questões sociais, econômicas e políticas da cidade. Diferentemente dos *pioneiros*, que buscam articular a imagem de seus empreendimentos a valores sociais, os *empreendedores negociais* comumente são descritos como focados no curto-prazo e no entretenimento.

Outra subcategoria de *modernos* são os *empreendedores profissionais*, constituída por indivíduos que justificam sua presença em Tiradentes pelo desejo de saírem dos grandes centros urbanos. Muitos são profissionais liberais ou ex-executivos de grandes empresas que decidiram morar em cidades menores vislumbrando ter ali melhor qualidade de vida e abrir um negócio próprio. Como atributos dos *empreendedores profissionais*, além do caráter urbano, destaca-se a valorização da instrução em nível superior, em especial em gestão e de experiências prévias e competências em práticas de gerenciamento. Nessa direção, constata-se ênfase em discursos associados a conceitos como responsabilidade social. Nessa direção, tendem a demonstrar maior preocupação com as questões que afetam a cidade (SANT’ANNA *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2013; SANT’ANNA; DINIZ, 2017).

Por fim, uma última categoria de empreendedores (os *pós-modernos*) se distingue em duas subcategorias: os *camaleões* e os *vanguardistas*. Os primeiros constituem seus negócios na base da improvisação, copiando o modelo de negócios de outros empreendedores. Distinguem-se, ademais, pela adaptabilidade, capacidade em assumir riscos e senso de oportunidade. Frequentemente encontram-se inseridos na economia informal. Por fim, os *empreendedores vanguardistas*, constituídos por proprietários de *ateliers* de arte, produtores artísticos, pintores e outros artistas, caracterizam-se por atributos como: criação, novo, sensibilidade, independência, liberdade, negação da tradição e por estilos de vida particulares. Estimulam, por seu caráter questionador, a inserção na comunidade de novos temas como o uso da cultura de massa e o desperdício da sociedade de consumo (OLIVEIRA *et al.*, 2013; SANT’ANNA; DINIZ, 2017).

Dado o exposto, o Quadro 1 reúne os tipos de empreendedores apresentados.

Quadro 1 - Tipologia de Empreendedores

Categoria	Subcategoria
Empreendedores Tradicionais	Empreendedores Nativos
	Empreendedores Pioneiros
Empreendedores Modernos	Empreendedores Negociais
	Empreendedores Profissionais
Empreendedores Pós-modernos	Empreendedores Camaleões
	Empreendedores Vanguardistas

Fonte: Adaptado de Sant’Anna *et al.* (2011).

3. Método de Pesquisa

A pesquisa de campo realizada no centro da cidade de São João del Rei pode ser caracterizada como um estudo de natureza quantitativa realizado através da aplicação de questionários junto a empreendedores locais (MALHOTRA, 2012). O objetivo não foi entender o empreendedorismo sob uma abordagem qualitativa e exploratória, mas sim de verificar a adequação de um modelo de tipologia de empreendedores previamente concebido em outra realidade geográfica (SANT’ANNA *et al.*, 2011). Priorizou-se, então, apontar numericamente a frequência e a intensidade dos comportamentos dos empreendedores locais em relação aos aspectos investigados (MALHOTRA, 2012; HAIR *et al.*, 2009).

Nessa direção, presente pesquisa partiu de um modelo teórico previamente definido: a tipologia de empreendedores de Sant’Anna *et al.* (2011), concebida a partir de estudo realizado em Tiradentes (MG) e posteriormente aplicado em Paraty (RJ). Com isso, as categorias teóricas da pesquisa já estavam bem delineadas, possibilitando a elaboração de um questionário capaz de mensurar o grau de aderência do modelo de Sant’Anna *et al.* (2011) à realidade dos empreendedores localizados na região central de São João del Rei.

Quanto ao instrumento de coleta de dados, foi utilizado o questionário, que é uma técnica de pesquisa que possibilita a coleta de dados primários (direcionados à finalidade específica da pesquisa) e pode atingir um volume maior de respondentes. É um instrumento amplamente utilizado em pesquisas quantitativas, em que se busca mensurar e comparar estatisticamente as variáveis da pesquisa. É geralmente composto por questões fechadas, abertas e uma combinação das duas (MALHOTRA, 2012; HAIR *et al.*, 2009). Com base no exposto, foi elaborado um questionário estruturado (com seis perguntas fechadas e cinco abertas) aplicado junto a 51 empreendedores locais localizados na região central da cidade de São João del Rei.

A escolha pela cidade-alvo do estudo se deu com o intuito de dar continuidade à aplicação do modelo de Sant'Anna *et al.* (2011) em outra cidade brasileira com características históricas, artísticas e culturais relevantes (assim como os casos de Tiradentes e Paraty), mas que se diferencia por ser um polo comercial e de prestação de serviços da região sudeste de MG. Portanto, tais diferenças podem gerar *insights* relevantes para o avanço do modelo teórico inicialmente proposto. Além disso, foram considerados outros dois critérios para a escolha da localidade: a facilidade de acesso, pelo pesquisador, à cidade-alvo do estudo possibilitando visitas locais frequentes e amplo acesso aos empreendedores locais para a obtenção dos dados necessários à realização da pesquisa.

Ressala-se, ainda, que São João De Rei é considerada uma cidade rica em história, cultura, artes e igrejas, aspectos que atraem turistas de todos os lugares do Brasil e do mundo para cidade. De acordo com o Jornal Gazeta de São João del Rei (2019), o processo de desenvolvimento econômico da cidade pode ser visualizado em quatro períodos distintos: a exploração do ouro, agronegócio pastoril, a da indústria têxtil e, atualmente, a cidade como polo comercial, de prestação de serviços e de turismo.

O questionário foi subdividido em três seções (Dados Pessoais, Caracterização da Empresa, Caracterização do Modelo de Gestão) e incluiu questões de pesquisa relacionadas à: a) setor de atuação, tempo e porte do empreendimento; b) motivação para a abertura do negócio na cidade (oportunidade de mercado x necessidade pessoal); c) caracterização do modelo de gestão do empreendedor a partir da classificação proposta por Sant'Anna *et al.* (2011) (empreendedores tradicionais, modernos, pós-modernos; d) nível de integração entre os empreendedores locais e preocupação dos empreendedores com o desenvolvimento do entorno e da cidade. Ressalta-se que foi realizado um pré-teste do questionário com cinco empreendedores da cidade e o instrumento foi revisitado com base nas sugestões e dúvidas apontadas por esses respondentes.

Para o tratamento dos dados coletados, foi utilizado a técnica de estatística descritiva simples com o objetivo de descrever (numericamente) as porcentagens obtidas nas questões fechadas de múltipla escolha. Os dados foram tabulados no *Google Forms* permitindo a geração de gráficos contemplados na próxima seção. Já para a análise das questões abertas do questionário, foi

empregado o método de análise de conteúdo por categoria (BARDIN, 1977). Essa metodologia consiste no uso de técnicas de sistematização, interpretação e descrição do conteúdo das informações, a fim de compreender o discurso e extrair os detalhes importantes.

Para facilitar a análise de conteúdo, foram criadas categorias de análise com base nos propósitos de pesquisas (BARDIN, 1977). Nessa direção, as principais categorias investigadas foram: motivação para a abertura do negócio na cidade (oportunidade de mercado x necessidade pessoal); caracterização do modelo de gestão do empreendedor a partir da classificação de Sant'Anna *et al.* (2011); nível de integração entre os empreendedores locais, aspectos apresentados na próxima seção do artigo.

4. Discussões e Resultados

4.1 Caracterização dos empreendimentos

Esta seção contempla, primeiramente, os dados empíricos relativos à caracterização dos empreendimentos pesquisados (especificamente, o setor de atuação, o porte e o tempo do negócio), bem como o que motivou o empreendedor a abrir a empresa na região central da cidade de São João del Rei. Na sequência, são apresentados os achados em termos de tipos de empreendedores, com base na Tipologia de Sant'Anna *et al.* (2011).

Quanto à caracterização dos empreendedores participantes da pesquisa, ressalta-se que 59% são do sexo feminino e 41% do masculino. Em relação ao nível de instrução dos empreendedores, os dados revelam que a maior parte do grupo de entrevistados (53%) possui ensino médio, 41% completou um curso superior, 4% o ensino fundamental e 2% é pós-graduado. Com relação à origem dos empreendedores, os dados apontam que a maior parte (73%) dos empreendedores entrevistados nasceu em São João del Rey e dos 27% não oriundos da região são originados, em sua maior parte, de cidades de Minas Gerais (do interior ou da capital).

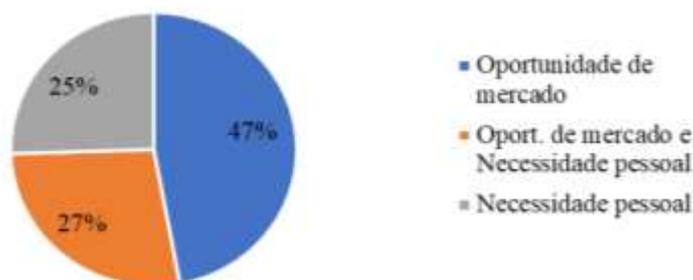
Quanto à classificação dos empreendimentos em termos de atividades econômicas, observa-se uma predominância de negócios no segmento de comércio varejista, formado por lojas de bens de consumo abertas ao público em geral. Vale notar, também, a participação significativa de empreendimentos no setor de vestuário e calçados, somando 45% de participação, o que pode ser explicado pelo estágio de desenvolvimento de São João del Rei ligado à indústria têxtil (JORNAL GAZETA SÃO JOÃO DEL REI, 2019).

Quanto ao porte da empresa, utilizando a classificação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a maioria dos negócios localizados na região central de São João del Rei pode ser caracterizado como micro-empresamento, dado que 86% dos empreendimentos possuem até 9 funcionários e 14% possuem a partir de 10 funcionários. Quanto

ao tempo do negócio, os achados apontam um dado interessante: mais de 50% dos empreendimentos existem há mais de 10 anos, contrastando com dados do Sebrae que apontam um elevado índice de falência das empresas antes dos 5 anos de existência.

Com relação à motivação para abertura de negócio na cidade, os achados revelam que a maioria dos empreendedores participantes da pesquisa apontam que abriram os seus negócios em face de oportunidade de mercado encontradas na localidade, como ilustra a Figura 1. Tal dado corrobora estatística do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que aponta que as taxas de empreendedorismo por oportunidade (57%) no Brasil superaram o empreendedorismo por necessidade (42%), no ano de 2016.

Figura 1 – Motivação para abertura do negócio

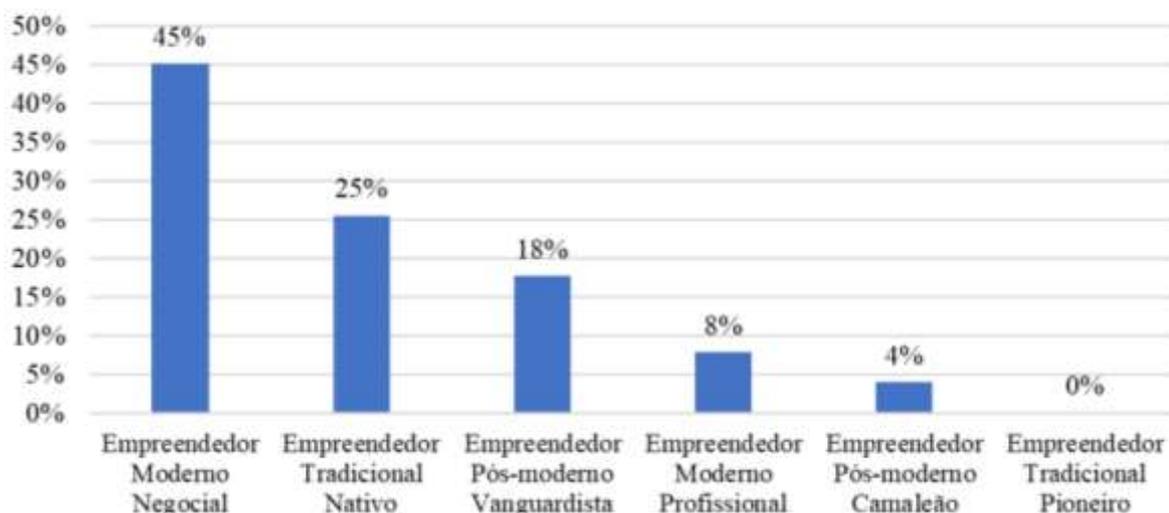


Fonte: Dados da pesquisa

4.2 Tipologia de Empreendedores na cidade alvo do estudo

Em relação aos tipos de empreendedores propostos por Sant'Anna *et al.* (2011), os achados desta pesquisa revelam presença significativa do empreendedor moderno negocial no centro de São João del Rei (representado por 45% dos empreendedores participantes da pesquisa), seguido pelo empreendedor tradicional nativo (com participação de 25%). Por outro lado, observa-se baixa presença de empreendedores modernos profissionais (8%) e de pós-modernos camaleões (que somaram somente 4% de participação), bem como constata-se a ausência do empreendedor tradicional pioneiro (0%) (ver Figura 2).

Figura 2 - Tipos de Empreendedores em SJ



Fonte: Dados de pesquisa.

Os achados revelam que os empreendedores modernos negociais são associados a expressões como “foco no crescimento do negócio” e “valorização do resultado financeiro do empreendimento”. Não obstante, diferentemente de estudos anteriores realizados em Tiradentes e Paraty, tais empreendedores demonstram uma preocupação, também, com o desenvolvimento do entorno aonde o seu negócio se localiza e com as questões sociais, econômicas e políticas da cidade (embora, como será visto posteriormente, não desenvolvem ações concretas para tanto). Além disso, buscam gerenciar os seus negócios com foco no atendimento ao cliente e oferecendo produtos/serviços de qualidade.

Os dados obtidos apontam, também, presença significativa do empreendedor tradicional nativo (25%), o qual parece atribuir maior valor a dimensões associadas ao nome de família e à tradição. São representados por pequenos comerciantes e empreendedores individuais nascidos na região, os quais já mantinham negócios, em São João del Rei, há mais de uma década, confirmando achados em estudos anteriores (SANT’ANNA *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2013).

Com base no exposto, constata-se a coexistência de dois grupos de empreendedores no centro de São João del Rei com estilos gerenciais diferentes: o empreendedor moderno negocial com foco no desempenho financeiro de seu negócio e o tradicional nativo, o qual valoriza uma gestão “conservadora” e “centralizada” de seu empreendimento, pautada em valores familiares.

Tal constatação foi confirmada em outra questão de pesquisa (de natureza aberta), qual seja: *se você fosse descrever como você administra o seu negócio em três palavras, quais seriam?* A nuvem de palavras abaixo revela a análise das vinte expressões mais citadas pelos empreendedores participantes da pesquisa, apontando a relevância de expressões fortemente associadas aos empreendedores modernos negociais (foco no atendimento e no cliente; foco na venda, preço e lucro) e aos empreendedores tradicionais nativos (familiar; centralizado; tradicional).

Figura 3 - Nuvem de palavras com as vinte expressões mais citadas



Fonte: Dados da pesquisa

Outro achado que difere das pesquisas desenvolvidas em Tiradentes e Paraty é a ausência de empreendedores tradicionais pioneiros no centro de São João del Rei. Ou seja, nenhum dos empreendedores participantes da pesquisa associou o seu empreendimento a expressões relacionados à cultura e refinamento do seu negócio, como se pôde identificar nas pesquisas anteriores. Tal diferença pode ser devido ao fato de que a maioria dos empreendedores são nascidos em São João del Rei (somam 73%) e a outra parte oriunda de municípios de Minas Gerais, diferentemente da tipologia de Sant’Anna *et al.* (2011) que argumenta que os empreendedores tradicionais pioneiros se diferenciam por serem estrangeiros ou, apesar de nascidos na região, terem vivenciado experiências em outros países ou em grandes centros urbanos.

Em relação aos empreendedores modernos profissionais e aos pós-modernos camaleões, se em Tiradentes e Paraty foi possível observar presença considerável destes tipos de empreendedores, os dados obtidos em São João del Rei apontam baixa participação para os dois. Ou seja, constatou-se pequena parcela de empreendedores que adotam diversas ferramentas e práticas gerenciais na gestão de seus negócios, como fazem os modernos profissionais e baixa participação de empreendedores camaleões que se associam a expressões como: “improvisação e “adaptabilidade”.

Em relação ao nível de integração e apoio mútuo entre os empreendedores do centro de São João del Rei, os resultados apontam que 74% dos participantes da pesquisa consideram que a integração entre os empreendedores é frágil, sendo que 45% destes alegam que a interação é baixa e 29% afirmam que não há nenhuma integração. Tais achados corroboram dados dos estudos realizados em Tiradentes e Paraty que apontam que os empreendedores, em geral, tendem a atuar de forma mais isolada do que coletiva.

Por fim, em relação à preocupação dos empreendedores com o desenvolvimento da cidade, os achados em SJ revelam que 84% dos empreendedores se dizem preocupar com o entorno aonde o seu negócio está localizado, mas somente 25% desenvolvem ações concretas que contribuam para o desenvolvimento coletivo e social da região. Desse modo, assim como observado em Paraty e Tiradentes, em São João del Rei alguns empreendedores se preocupam com as questões que afetam a cidade como um todo, além da gestão de seus próprios negócios. Por outro lado, há empreendedores que possuem iniciativas mais isoladas e não se associam para lutar pelos interesses coletivos.

Com base nos resultados da pesquisa de campo, a tipologia de Sant’Anna *et al.* (2011) foi revisitada para adequação à realidade encontrada no centro de São João del Rei, conforme proposição abaixo.

Tabela 1 – Tipos de Empreendedores da região central de São João del Rei

Tipo de Empreendedor	Características Distintivas	%
Modernos Negociais	Buscam crescimento, lucro e resultado financeiro do negócio Valorizam produtos/serviços de qualidade e bom atendimento ao cliente	45%
Tradicionalistas Nativos	Valorizam a tradição, o nome da família e a simplicidade Têm atributos de conservadorismo e centralização na gestão do negócio	25%
Pós-modernos Vanguardistas	Valorizam a arte, a criação e a inovação	18%
Modernos Profissionais	Valorizam a gestão profissional e a qualificação gerencial	8%
Pós-modernos Camaleões	Valorizam a improvisação, a informalidade e a adaptabilidade	4%
Tradicionalistas Pioneiros	Valorizam a cultura e o refinamento	0%

Fonte: Dados de pesquisa

5. Considerações Finais

Os resultados do estudo realizado no centro de São João del Rei revelam a presença mais significativa de três tipos de empreendedores na cidade: os empreendedores modernos negociais (45%), seguido dos empreendedores tradicionais nativos (25%) e na sequência, pelos empreendedores pós-modernos vanguardistas (18%). Constata-se, então, a coexistência de grupos de empreendedores na cidade de São João del Rei com estilos gerenciais bastante diferentes: o empreendedor moderno negocial com foco no desempenho financeiro de seu negócio; o empreendedor tradicional nativo que valoriza uma gestão mais “conservadora” e “centralizada” de seu empreendimento, pautada em valores familiares; e o empreendedor pós-moderno vanguardista caracterizado por atributos como arte e inovação.

Tal resultado aponta, primeiramente, para a coexistência, em uma mesma região, de diferentes tipos de empreendedores que apresentam, por sua vez, características distintas na forma fazem a gestão de seus negócios. Tal achado converge com alguns estudos no campo do empreendedorismo que apontam que os empreendedores possuem variações entre si e não formam

um grupo absolutamente homogêneo (SARASVATHY, 2004; BAKER, NELSON, 2005; ZAHRA *et al.*, 2009; STINCHFIELD, 2009; STINCHFIELD *et al.*, 2010; SANT'ANNA *et al.*, 2011).

Em relação à aderência da realidade empreendedora do centro de SJ ao modelo de Sant'Anna *et al.* (2011), observam-se semelhanças e divergências. Assim como nos estudos de Tiradentes e Paraty, foi possível observar, em São João del Rei, presença significativa de empreendedores modernos negocias, tradicionais nativos e pós-modernos vanguardistas.

Não obstante, verificam-se algumas diferenças em relação ao perfil do empreendedor moderno negocial, particularmente. Se nas pesquisas prévias este empreendedor está relacionado à expressões como “*entretenimento, curto-prazo, lucro imediato, individualismo, ambição, resultado financeiro, crescimento, aparência*” (SANT'ANNA *et al.*, 2011), nesta pesquisa tal empreendedor, embora tenha foco no lucro e na expansão de seu negócio, demonstra também uma preocupação com a oferta de produtos/serviços de qualidade, com um bom atendimento ao cliente e com o desenvolvimento da cidade. Outro achado que difere das pesquisas aplicadas em Tiradentes e Paraty é a ausência de empreendedores tradicionais pioneiros no centro de SJ. Ou seja, nenhum dos empreendedores participantes da pesquisa associou o seu empreendimento a expressões relacionados à cultura e refinamento do seu negócio, como se pôde observar nas pesquisas prévias.

Por fim, outra diferença em relação à tipologia de Sant'Anna *et al.* (2011) está relacionada aos empreendedores modernos profissionais e aos pós-modernos camaleões. Se em Tiradentes e Paraty foi possível observar presença significativa destes tipos de empreendedores nas cidades, os dados obtidos em SJ apontam baixa participação para os dois. Ou seja, constatou-se pequena parcela de empreendedores que adotam diversas ferramentas e práticas gerenciais na gestão de seus negócios (como fazem os modernos profissionais) e baixa participação de empreendedores camaleões que se associam a expressões como: “*improvisação, informalidade e adaptabilidade*”.

Outro ponto que merece ser ressaltado é que, embora estudos anteriores (RUSU, 2014; SANT'ANNA; DINIZ, 2017) apontem que os diferentes tipos de empreendedores não atuam em um vácuo social, nem são independentes uns dos outros, especialmente em contextos que compartilham do mesmo patrimônio cultural-histórico, verificou-se, nesta pesquisa, baixa interação social entre esses agentes no centro de São João del Rei. Este dado aponta para as dificuldades que os empreendedores encontram em lutar coletivamente pelas causas da cidade.

Em termos de suas contribuições teóricas, este estudo amplia as pesquisas nacionais sobre tipos de empreendedorismo, considerando o espaço social e cidadão no qual eles se inserem. Assim, este estudo pôde contribuir para aprimorar a compreensão acerca das tipologias de empreendedores, tendo em vista que, somente mais recentemente, as pesquisas nacionais têm chamado a atenção para as variações existentes entre os empreendedores. Em termos práticos, o estudo pôde contribuir, de alguma forma, com subsídios para a formulação de políticas de fomento

ao empreendedorismo, assim como a ações direcionadas à (re-) qualificação desses importantes atores reconhecendo as suas diferenças e as especificidades de seus negócios.

Referências

- BAKER, T.; NELSON, R. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. **Administrative Science Quarterly**, Vol. 50: 329-366, 2005.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 227 p. Título original: L'Analyse de contenu, 1977.
- COLLINS, O. F.; MOORE, D. G. **The Enterprising Man** (Book). East Lansing: Michigan State University Bureau of Business & Economic Research, 1964.
- FILLEY, A.; ALDAG, D. Characteristics and measurement of an organizational typology. **Academy of Management Journal**, v. 21, n. 4, p. 578-591, 1978.
- FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 8-17, 2000.
- HAIR JR., Joseph F. (Et al). **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 688 p.
- HANNAN, M. T.; FREEMAN, J. Structural inertia and organizational change. **American Sociological Review**, 49, 149–164, 1984.
- JORNAL GAZETA SÃO JOÃO DEL REI. O Jornal do Campo das Vertentes. **As vocações econômicas de São João del-Rei**: Brasil. 2014. Disponível em: <http://www.gazetadesaojoaodelrei.com.br/site/2014/01/as-vocacoes-economicas-de-sao-joao-del-rei/>>. Acesso em: 08 de março de 2019.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. xxx, 739 p.
- MCCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Ed Expressão e Cultura, 1972.
- MINELLO, I. F.; SCHERER, L. A. Comportamento e tipologia do empreendedor diante do insucesso empresarial. **Revista Sociais e Humanas**, [S.l.], v. 27, n. 1, p. 81-101, 2014.
- MINER, J. B. Evidence for the Existence of a Set of Personality Types, Defined by Psychological Tests, that Predict Entrepreneurial Success. In: **Frontiers of Entrepreneur Research**. Edition, Babson College, 1996.
- MINER, J. B. Testing a psychological typology of entrepreneurship using business founders. **The Journal of Applied Behavioral Science**, v. 36, n. 1, pp. 43-69, 2000.
- OLIVEIRA, Fátima; SANT'ANNA, Anderson; DINIZ, Daniela. Tipologia de empreendedores em dinâmicas de reconversão de funções econômicas de cidades: um estudo dos casos Tiradentes e Paraty. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, [S.l.], v. 12, n. 2, p. 44-58, abr. 2013.
- RAUCH, A., WIKLUND, J., FRESE, M., & LUMPKIN, G. T. Entrepreneurial orientation and business performance: cumulative empirical evidence. **Proceedings of the Frontiers of Entrepreneur Res.**, 2004.
- RUSU, S. et al. Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. **African Journal of Business Management**, 6(10), 2014.

SANTANNA, Anderson de Souza; NELSON, Reed Elliot; OLIVEIRA, Fatima Bayma. Empreendedorismo e o desenvolvimento do turismo na cidade de Tiradentes. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**. Fundação Getúlio Vargas. v. VI. N° 1, 2011.

SANT'ANNA, A. S.; OLIVEIRA, F. B.; DINIZ, D. M. Tipos de empreendedores em dinâmicas de reconversão de funções econômicas de cidades: uma análise sob a perspectiva de Bourdieu. **Gestão e Sociedade**, v. 6, n. 15, p. 378-406, 2012.

SANT'ANNA, Anderson de Souza; DINIZ, Daniela Martins. (Re-)significando o Espaço como Capital: Contribuições de Estudo com Empreendedores Locais. **BBR**, v. 14, n. 5, p. 544-558, 2017.

SMITH, A. **The entrepreneur and his firm**: The relationship between type of man and type of company. Michigan State University: East Lansing, MI, 1967.

SARASVATHY, S. The questions we ask and the questions we care about: Reformulating some problems in entrepreneurship research. **Journal of Business Venturing**, v. 19, 2004.

SELSKY, J. W.; SMITH, A. E. Community entrepreneurship: A framework for social change leadership. **The Leadership Quarterly**, v. 5(3-4), 277-296, 1994.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

STINCHFIELD, B. **Toward a theory of entrepreneurial work**. Doctoral (dissertation). Southern Illinois University, 2009.

STINCHFIELD, B.; NELSON, R.E.; WOOD, M. **Entrepreneurial opportunities**: bricolage, art, craft, engineering and brokerage. Lauzanne, Switzerland: Babson College Entrepreneurship Research Conference, 2010.

ZAHRA, S.; GEDAJLOVIC, E.; DONALD, O.; NEUBAUM, D.; SHULMAN, J. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. **Journal of Business Venturing**, v. 24, n. 5, p. 519-532, 2009.

Recebido em: 31/03/2020

Aprovado em: 08/04/2020