

O paradigma da ação empreendedora: reflexões a partir do estudo de caso de Miguelenses*

The paradigm of entrepreneurial action: reflections from the Miguelenses case study

Enéas De Oliveira Amaral

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Faculdade Santo Agostinho de Vitória da Conquista/Grupo Afya
eneasdeoliveira@gmail.com

Almiralva Ferraz Gomes

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
almiralva.gomes@uesb.edu.br

Weslei Gusmão Piau Santana

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
wpiau@hotmail.com

Resumo: Este artigo pretende analisar a ação empreendedora de migrantes que atuam como empresários, provenientes da cidade de São Miguel das Matas e região, em Vitória da Conquista – Bahia. A ideia da ação empreendedora alberga a mediação de atores coletivos, relacionando os indivíduos, o meio e a empresa com vistas à consecução dos planos organizacionais. De natureza empírica e do tipo descritivo-exploratória, a pesquisa ofereceu tratamento qualitativo aos dados apurados. Utilizou-se o método de pesquisa estudo de caso com múltiplas unidades de análise, com aplicação subsidiária do método história de vida. Para coleta de dados, foi adotada a estratégia do *snowball* para se chegar aos sujeitos da pesquisa, que foram entrevistados por meio de um roteiro semi-estruturado. Os resultados evidenciaram a realização do empreendedorismo nas diversas classes sociais, o comportamento empreendedor por inspiração e pelo aprendizado e o viés coletivista da ação empreendedora, no âmbito dos empreendimentos dos empresários miguelenses, fomentado pela contribuição dos diversos sujeitos. Neste sentido, a convergência de estudo do indivíduo para a contribuição dos diversos atores, proposta pela ação empreendedora, amplifica a dimensão do processo empreendedor.

Palavras-chave: Ação Empreendedora. Empreendedorismo. Empreendedorismo por Migrantes. Empresa Familiar. História.

Abstract: This article intends to analyze the entrepreneurial action of migrants who act as entrepreneurs, from the city of São Miguel das Matas and region, in Vitória da Conquista - Bahia. The idea of entrepreneurial action includes the mediation of collective actors, relating individuals, the environment and the company with a view to achieving organizational plans. Empirical in nature and of the descriptive-exploratory type, the research offered qualitative treatment to the collected data. The case study research method with multiple units of analysis was used, with a subsidiary

* Recebido em 17 de junho de 2020, aprovado em 16 de setembro de 2022, publicado em 30 de novembro de 2022.

application of the life history method. For data collection, the snowball strategy was adopted to reach the research subjects, who were interviewed through a semi-structured script. The results showed the realization of entrepreneurship in the different social classes, entrepreneurial behavior by inspiration and learning and the collectivist bias of entrepreneurial action, within the scope of the enterprises of Miguelense entrepreneurs, fostered by the contribution of the various subjects. In this sense, the convergence of the study of the individual to the contribution of the various actors, proposed by entrepreneurial action, amplifies the dimension of the entrepreneurial process.

Keywords: Entrepreneurial Action. Entrepreneurship. Entrepreneurship for Migrants. Family Business. Story.

1 Introdução

As vivências da sociedade contemporânea, permeada pela aplicação exponencial da tecnologia da informação e comunicação, salientando-se de passagem o despontar da Inteligência Artificial (IA) e, para além, com as intemperes advindas das crises econômicas e sociais, exigem das empresas velocidade em suas ações para o desenvolvimento de estratégias. Nesse cenário, o empreendedorismo, por sua conformação, lastreado pela inovação, desponta como um dos meios exequíveis para manutenção dos negócios.

A ação empreendedora, construto do presente estudo, refere-se a um processo em que se relacionam pessoas, ambiente e organização – demovendo a essência do sujeito, antigo protagonista observado no sucesso dos empreendimentos, para a ação – e emerge como uma proposta auspiciosa para a efetividade no desempenho organizacional. Paiva Júnior (2004) trata e defende a necessidade de se diminuir o destaque no sujeito, uma vez que o empreendedorismo pode ser associado à troca entre indivíduos e organizações.

A ação empreendedora é representada por elaborações coletivas, expressando a ênfase no trabalho e, por isso, é modificada e também influencia a própria compreensão da realidade. A ação empreendedora tem a faculdade de promover vantagens que repercutem no grupo social, fomentando a sua inserção, a partir de um comportamento inovador (Gomes, Lima, & Cappelle, 2013). Nesse liame, o exame dos fundamentos da ação empreendedora é a questão que se levanta com o intuito de informar e fazer conhecer a sua dimensão abrangente.

Para fundamentar a investigação da ação empreendedora, teoria que tem por substância a interconexão entre pessoas, ambiente e empresa, lança-se mão das categorias empresa familiar e o empreendedorismo por migrantes. A empresa familiar é descrita como uma entidade em que a família possui algum grau de propriedade e exerce influência na gestão da organização (Silva, Fischer, & Davel, 1999). Nela, os princípios do empreendimento se entrelaçam com os da família, como se verá no presente estudo. Os empresários migrantes podem desenvolver habilidades com aporte elevado, vez que se deparam com maior volume de desafios que os empresários nativos, são compelidos pela determinação e força de vontade para realizar conquistas, convertendo as dificuldades em oportunidades (Silva, 2014) e, inclusive, mesclando comportamentos tradicionais e modernos para a manutenção e crescimento de suas organizações no mercado.

Para além do método de estudo de caso, visando a investigação de novos conceitos, utilizar-se-á o método de história de vida, que fomenta a exposição de trajetórias particulares, contribuindo, assim, para o levantamento das análises. O método do estudo de caso, qualificado nos meandros da abordagem qualitativa, é bastante utilizado para coleta de dados na área de estudos organizacionais (Godoy, 2006). Trata-se de uma pesquisa científica que investiga um fenômeno do tempo presente com o objetivo de estabelecer relações entre o fenômeno e o contexto em que é analisado (Yin, 2001). A história tenciona preencher lacunas, bem como prospecta cenários futuros a partir de uma iluminação quanto ao tempo que se passou. Conforme Haguette (1992), o método de história de vida ocupa-se da perspectiva do sujeito visando a interpretação dos temas abordados. Assim, é possível realizar inferências quanto ao entorno do empreendedor, reconhecendo fatos do presente e do tempo transcorrido.

Para o trabalho, levantou-se uma pesquisa de campo com migrantes miguelenses que, visando o alcance de melhores condições de vida, começaram a se estabelecer, a partir da primeira metade do século XIX, em Vitória da Conquista, considerada a capital do Centro Sul da Bahia, terceira maior cidade do Estado. Atualmente, possuem, incrustada na cidade, uma população de cerca de vinte mil pessoas. Dentre esses, estão os que são empresários, operando uma considerável intervenção econômica na sociedade conquistense (Menezes, 2016). Com tais subsídios, juntamente com o arcabouço teórico, propôs-se, na presente investigação, analisar de que modo a história de vida de empresários miguelenses influenciaram suas ações empreendedoras em Vitória da Conquista – Bahia.

O texto está estruturado em seis partes. A primeira apresenta a introdução. A segunda discute o empreendedorismo e a ação empreendedora. A terceira oferece um entendimento sobre a empresa familiar e o empreendedorismo por migrantes. A quarta expõe a metodologia utilizada. A quinta apresenta os resultados da pesquisa. E a sexta traz as considerações finais.

2 Empreendedorismo e Ação empreendedora

As discussões sobre empreendedorismo apontam para um conglomerado de acepções. Segundo Oliveira (2012), em meados do século XX, o termo empreendedorismo foi empregado pelo economista Joseph Schumpeter, definindo empresário inovador como um indivíduo dotado de criatividade e propenso a obter êxito em suas realizações. Dornelas (2004) diz que o empreendedorismo é um feito procedimental de inventividade humana. Sentanin e Barboza (2005) propõem que o empreendedorismo se consubstancia na interconexão de sujeitos e processos que convertem conhecimentos em utilidades, dando vazão para o fomento de negócios. Martes (2010), tomando como base a obra schumpeteriana, considera que o empreendedor articula novas combinações dos meios de produção, aptas a promover o crescimento econômico. Alfred Marshall (1842-1924) entendia que a função precípua do empreendedor é fornecer produtos e proporcionar concomitantemente inovação e crescimento (Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal, 2015).

Segundo Fillion (1999a), os estudos revelam que o nascimento da ideia de empreender tem suas origens nos trabalhos de Cantillon (1755) e Say (1803; 1815; 1816; 1839). Tais estudiosos eram economistas que se interessavam em gestão de

empresas e criação de novos negócios. Tratando ainda das primeiras abordagens, Fillion (1999b) diz que o empreendedorismo pode ser investigado, para muitas teorias, por duas vertentes: a dos economistas, que têm na inovação a fonte para o seu entendimento, e a dos psicólogos, que salientam uma concepção comportamental.

A abordagem econômica do empreendedorismo levanta a inovação como o constituinte central da compreensão do termo empreendedor. Um dos pontos determinantes para a inovação é a elaboração de modernos conhecimentos, os quais devem ser conduzidos estrategicamente (Santos, Fazion, & Meroe, 2011). A inovação trata da mudança no ambiente econômico e se relaciona com o desenvolvimento tecnológico, propiciando o investimento em novos negócios, novas operações, modelos de empresas e ampliação do mercado de atuação. A inovação tecnológica assegura oportunidades de diferenciação competitiva para as organizações (Schumpeter, 1997), estabelecendo-se como um fator crítico de sucesso (Fortes, Matos, & Abreu, 2016).

No entanto, a abordagem econômica aponta para um reducionismo da teoria sobre o empreendedorismo, dada a dimensão holística desta (Julien, 2010). A elaboração inovativa compreende, essencialmente, um congruamento de forças do ambiente com os diversos atores sociais, por isso, o foco em características personalísticas não se consolida. Corroborando com esse apontamento, Costa (2016) aduz que a inovação se processa pela interface entre os diferentes indivíduos e de maneira sistêmica.

A abordagem comportamentalista, de acordo com Gomes et al. (2018), delinea-se a partir da teoria de Max Weber (2007), ao elucidar que os países de religião protestante eram mais desenvolvidos, pela ótica econômica, por influência da sua doutrina religiosa, portanto, pelo viés da psique, que correspondia aos anseios do capitalismo moderno. Segundo Fillion (1999b), o psicólogo David McClelland realizou, em meados do século XX, estudos sobre grandes nações em que identificou a figura do herói que depois passou a ser investigado pela área do empreendedorismo. Allemand (2011) diz que, baseado nas discussões de McClelland, um agente é empreendedor quando lança mão da forma habitual de comportamento e se destaca dos indivíduos médios, alcançando, por sua vez, o sucesso nos negócios. Leite (2000) diz que McClelland chegou à conclusão de que povos de cultura voltada para necessidade de gerar realizações cresceriam economicamente com maior rapidez.

No entanto, a teoria de McClelland foi criticada, pois desconsiderava a afetação do comportamento humano por si e pelo ambiente e porque omitia da discussão uma série de variáveis como a experiência profissional, as origens, a educação, a religião, etc. (Fillion, 1999b). Embora a abordagem comportamentalista tenha apresentado contribuições relevantes, não deu conta de desenvolver cientificamente um “perfil psicológico” de empreendedores, como também promoveu acepção ao delimitar um grupo de pessoas com características genéticas empreendedoras, expurgando, deste modo, a perspectiva de uma educação empreendedora (Lopes & Lima, 2019).

Tanto os economistas quanto os comportamentalistas desenvolveram a teoria do empreendedorismo, em suas perspectivas, considerando o indivíduo que empreende. Não obstante as lacunas apontadas, tais vertentes de estudo com foco nos aspectos comportamentais humanos contribuíram, de todo modo, para uma melhor disseminação dos paradigmas do empreendedorismo (Gomes, 2010).

As ideias schumpeterianas foram se modificando e passou-se a discutir a associação do empresário (empreendedor), não meramente o homem de negócios, a qualquer sujeito ou coletividade que desenvolva esta função, pois a inovação e os riscos inerentes a ela são elementos fundamentais para a expansão econômica. Conforme Szmrecsányi (2002), na chamada segunda fase de seus trabalhos – a da maturidade – Schumpeter, em sua obra *Business Cycles* (1939), recuperou ideias pretéritas com mais profundidade, deslocando a perspectiva do empresário inovador para o processo de inovação. Por esse prisma, Schumpeter declara que o paradigma empreendedor está para além do indivíduo e da organização, perpassa o meio social e é construído de modo inter-relacional.

Outras lentes também foram adotadas para compreender o referido fenômeno, como a da Sociologia. O empreendedorismo possui uma natureza eminentemente sociológica, desdobrando-se, por esse viés em estruturas relacionais como família, redes e padrões que emergem da cultura local (Julien, 2010). Com essa assertiva, a abordagem amplia a compreensão do empreendedorismo, estendendo-o do sujeito à ação coletiva, holística e de muitas faces (Gomes et al., 2013).

Conforme Julien (2010), dadas as contribuições históricas referidas, uma compreensão aclarada do empreendedorismo pode ser alcançada a partir de uma abordagem mais abrangente. É imprescindível que o modelo empreendedor acompanhe as transformações sociais e considere a natureza complexa do fenômeno (Lopes & Lima, 2019; Gomes, 2010). É também fundamental considerar as variáveis tipos de indivíduos, organizações, ambiente socioeconômico e momento histórico, somadas às contribuições de outras áreas do conhecimento, para uma abordagem complexa do empreendedorismo.

Relativamente à ação empreendedora, Schumpeter (1939), em sua obra *Business Cycles*, deu início a uma conversão do paradigma sobre o empreendedorismo ao deslocar o cerne de investigação do sujeito, exemplo de sagacidade, detentor de determinados atributos, dotado de um poder especial, para o processo inovador, que inclui a participação de vários atores e permite a inclusão social, associada às peculiaridades do ambiente (Szmrecsányin, 2002). Paiva (2004, p. 72) assevera que “há a necessidade de se reduzir a ênfase individualista nos estudos à medida em que se percebe o empreendedorismo como estando associado à interação entre muitos indivíduos e organizações, e não a meras evidências pessoais ou organizacionais”.

Segundo Rogers (1983), a ação empreendedora produz inovações no mínimo com acréscimo marginal por meio de modificações no processo administrativo ou pela inserção de novas metodologias, conquanto sejam identificadas pelos partícipes. Com isso, o conceito de ação empreendedora passa a alcançar uma dimensão social infinitamente mais ampliada e complexa. O diálogo concernente ao empreendedorismo oportuniza voz para sujeitos que a modernidade cognominou de suburbanos e periféricos (Gomes, 2010).

As ações empreendedoras são representadas por elaborações coletivas, expressando a ênfase no trabalho e, por isso, são modificadas e influenciam a própria compreensão da realidade. Neste viés, encontra-se em elaboração a história, a complexa urdidura social e a entrelaçada rede de relações culturais. Há que ressaltar, no entanto, que essa hipótese foi pouco difundida (Gomes, 2010).

Em sentido contrário, Mello, Leão e Cordeiro (2007) sugerem que a essência da ação empreendedora está no sujeito. Contudo, o olhar coletivista da ação empreendedora expande o diâmetro do espectro para além da ideia de que a inovação é produzida somente por um ser superdotado, passando a contemplar outras bases de estudo, como a esfera pública, a administração das cidades, as empresas familiares etc. (Gomes et al., 2013).

Lemos (2000) traz um apontamento relativo ao contexto atual da globalização levantando que o aprendizado interativo é condição para o desenvolvimento dos negócios:

Reconhece-se, no processo de globalização e disseminação das tecnologias de informação e comunicação, no contexto atual, caracterizado por intensa competição, que o conhecimento é a base fundamental e o aprendizado interativo é a melhor forma para indivíduos, empresas, regiões e países estarem aptos a enfrentar as mudanças em curso, intensificarem a geração de inovações e se capacitarem para uma inserção mais positiva nesta fase (Lemos, 2000, p. 158).

Nessa perspectiva do aprendizado em conjunto para alavancar os empreendimentos, dentro da era da globalização, e para tornar mais sólida a discussão, Gomes (2005) evidencia a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento local.

Dada a complexidade do ambiente empresarial futuro, os gestores deverão estar atentos a uma nova maneira de fazer negócios, baseada na crescente velocidade da informação e na necessidade de se trabalhar coletivamente: parcerias e alianças estratégicas (Gomes, 2005, p. 10).

O empreendedorismo está para além da performance do empreendedor em seus negócios, pois, dado o seu caráter holístico, as múltiplas relações são um componente inseparável para sua consolidação. Ademais, a ação empreendedora, consubstanciada por múltiplas dimensões e primando pela dialogicidade (Paiva, 2004), possui um caráter sui generis que estimula a conexão entre a essência empreendedora, os meios e as potencialidades mercadológicas (Gomes et al., 2012).

Gomes (2010) levanta uma análise de forma sinestésica, representada pela confluência entre sensações de caráter diverso, mas estreitamente conectadas na aparência, por meio de um encadeamento que clarifica o espectro de entendimento da ação empreendedora em sua compleição holística, aleatória, dinâmica, comunicativa, efêmera e, sobretudo, dialética:

[...] a ação empreendedora nem sempre traz as marcas, os rastros de um sujeito único. 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 à 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 [...] Trata-se de ação. E ação pressupõe noções de tempo, voz, modo, aspecto [...] No entanto, essas noções que cercam a ação dizem respeito à comunicação. E a comunicação só se estabelece dentro de um circuito dialógico (Gomes, 2010, p. 391-392).

Em síntese, o agente se torna empreendedor quando opera a ação empreendedora, notadamente com a contribuição dos diversos sujeitos. Essa consideração oferece como desdobramento que empreender advém da construção de uma associação dialógica entre a empresa e o ambiente, de modo que dessa afetação recíproca emerge a inovação (Gomes et al., 2012).

3 A Empresa Familiar e o Empreendedorismo por Migrantes

As empresas familiares são estabelecidas pela interação da família com a organização, contemplando de forma precípua a propriedade e o seu poder de decisão (Oro, & Lavarda, 2019; Silva, Fischer, & Davel, 1999). De outro modo, diz-se que as empresas familiares se configuram como entidades permeadas de vínculos entre a família e a empresa que extrapolam a esfera da gestão, adentrando a esfera da propriedade e da intervenção da família sobre a administração dos negócios (Oro, & Lavarda, 2019; Gonçalves, 2000).

Gomes (2005) diz que o caráter familiar de muitas organizações, tendo como líder o chefe de família, deve-se à perspectiva de administração dos negócios, de acordo com as determinações familiares. Neste sentido, para se configurar enquanto empresa familiar, o empreendimento deve compor-se dos seguintes elementos:

- 1) A família deve possuir propriedade sobre a empresa, podendo assumir propriedade total, propriedade majoritária ou controle minoritário;
- 2) A família deve influenciar nas diretrizes da gestão estratégica da empresa;
- 3) Os valores da empresa são influenciados ou identificados com a família;
- 4) A família determina o processo sucessório da empresa (Silva, Fischer, & Davel, 1999, p.5).

As empresas familiares se inclinam a gestão da qualidade e ao fomento da tradição de operações com agregação de valor. Não obstante, a empresa familiar apresenta, como todo empreendimento, oportunidades e ameaças. Dentre as ameaças, verifica-se a questão afetiva, em que a desordem na relação entre o comportamento familiar e o meio organizacional causa grande perturbação em sua estrutura (Oro, & Lavarda, 2019; Longenecker et al., 1997, como citado em Machado, Wetzel, & Rodrigues, 2008); as disputas pelo poder, que, muitas vezes, relegam as competências administrativas; a retirada de dividendos da organização pelos sucessores para atender a interesses pessoais (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2016); e a não diferenciação entre as contas pessoais e as da firma, que gera possíveis danos para o empreendimento (Desidério, 2016). Por entre as oportunidades, os herdeiros têm pleno acesso aos planos e diretrizes que muitos funcionários de alto escalão somente compreenderiam a longo prazo. Outra vantagem é que, geralmente, os familiares têm maior interesse em manter um bom clima organizacional. Além disso, a preocupação com a idoneidade

do nome da família e o planejamento estratégico mais estendido, em face do anseio de perpetuidade do empreendimento, são elementos vantajosos da empresa familiar (Oro, & Lavarda, 2019; Longenecker et al., 1997, como citado em Machado et al., 2008, p. 3-4). Diante desses argumentos, pesquisas apontam que analisar a cultura e o modus operandi da firma e do contexto familiar é extremamente relevante para um melhor entendimento do perfil dessas empresas (Oro, & Lavarda, 2019; Oliveira, Albuquerque, & Pereira, 2013).

Reconhece-se a pertinência em se compreender as especificidades da pesquisa sobre a relação entre empresas familiares e empreendedorismo, como discorrem Borges et al. (2016), ao afirmarem que o empreendedorismo familiar se desenvolveria por prováveis justaposições entre família e empresa, concedendo o suporte para o entendimento de um vasto conjunto de noções que autorizaria elucidar as ações vinculadas às diversas contingências de estabelecimento, renovação e durabilidade das organizações familiares empreendedoras.

Tratando-se do empreendedorismo migrante, inicialmente, é salutar apontar que, a expressão migração advém do latim *migro*, traduzindo-se como efetuar o deslocamento de uma localidade para outra. Assim, migração, segundo o Dicionário Etimológico, conceitua-se como uma transposição efetuada por um sujeito ou por um ajuntamento de indivíduos, que se desloca de um espaço para outro em que se tenciona estabelecer (Migração, 2018). A migração pode ser conceituada também, conforme o dicionário *Michaelis*, como o deslocamento de um povo, ou de um grande contingente de pessoas, para outro país, ou outra região dentro do próprio país de origem, comumente provocada por motivações políticas ou econômicas (Migração, 2018). Dessa concepção, decorrem os termos imigração, conduta de introduzir-se temporária ou permanentemente (Imigração, 2018), e emigração, de acordo com o dicionário Dicio, ação de afastar-se de forma efêmera ou definitiva (Emigração, 2018), de um país ou região, respectivamente.

Na obra de Weber, *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, discute-se a aptidão de pequenos grupos nacionais e religiosos, que viviam em uma conjuntura social e política inadequadas e que despontaram na seara econômica. Como exemplo, Weber cita o êxito econômico de poloneses que migraram para a Rússia e Prússia Oriental, o que não ocorreu em sua pátria (Weber, 2007).

A história narra importantes movimentos de empreendedorismo migrante, como o calvinista na Europa Continental do século XVII, dirigido por imigrantes da indústria e do comércio, e o de alemães e escoceses que se desenvolveu na Inglaterra do século XIX através da atividade científica e que contribuiu para acelerar o crescimento da indústria, conforme descreve Freitas (2015, p. 55):

Os alemães fizeram chegar não só a cultura científica, mas também o conhecimento de química, sem o qual a base tecnológica requerida pelo desenvolvimento industrial inglês se definharia. Dos escoceses do século XVIII também se pode dizer que foram fundamentais para ampliar a base de conhecimento requerida pelo desenvolvimento tecnológico inglês, uma vez que a Escócia era, então [...] um polo de exportação de cérebros. James Watt é apenas o exemplo mais célebre.

Apontando alguns comportamentos relativos à temática, na época atual, Silva

(2014), em sua tese sobre o empreendedorismo migrante relativa à migração de portugueses, em sua maioria para a Inglaterra, afirma que o imigrante, junto ao seu desejo de ter uma vida melhor, insta empreender, como meio de transpor as barreiras da imigração.

Os empresários emigrantes podem ter uma capacidade e potencial elevados, uma vez que enfrentam mais desafios que os empresários locais, são obrigados a terem uma determinação e força de vontade para vencer, fazendo com que os problemas se transformem em grandes oportunidades (Silva, 2014, p.34).

Silva (2014) diz ainda que uma das benesses do empreendedorismo migrante é a oferta de emprego para os imigrantes estabelecidos na localidade, afóra os entes familiares. O empreendedor migrante é habituado a contratar compatriotas, pois possuem a mesma cultura, a mesma língua, ou porque almejam apoiar indivíduos que passam por condições equivalentes às que vivenciaram.

Via de regra, o empreendedorismo migrante exerce um encargo significativo dentro das economias de mercado. Neste sentido, o homem de negócios migrante se alinha com diferentes modos de pensar, combatendo a intimidação ao seu arrojo e agindo de maneira inovadora (Diniz, Guimarães, & Fernandes, 2019; Mendonça, 2014).

4 Procedimentos Metodológicos

O presente estudo sobre ação empreendedora de migrantes miguelenses encontra substância na população erradicada (cerca de vinte mil pessoas, conforme Menezes [2016]), com grande parte envolvida com o comércio, na cidade de Vitória da Conquista – Bahia, que possui, por sua vez, elevado conglomerado mercantil.

A presente pesquisa é de natureza empírica, uma vez que se propõe analisar dados coletados em campo a fim de oferecer maior concretude aos argumentos (Martins, & Theóphilo, 2009). Para satisfazer ao objetivo proposto, optou-se por um tratamento qualitativo. A pesquisa qualitativa observa a multiplicidade de fenômenos complexos que perpassam a organização e realiza análises subjetivas das variáveis dos componentes informados.

Quanto ao tipo, trata-se de uma pesquisa descritivo-exploratória, face as particularidades do fenômeno. A pesquisa exploratória objetiva promover maior proximidade com o objeto de estudo intentando evidenciá-lo, e a pesquisa descritiva se propõe a descrever as peculiaridades de certo universo.

A estratégia de pesquisa eleita foi o estudo de caso com múltiplas unidades de análise, visto compor a pesquisa da contribuição de diversos atores, com o suporte do método de história de vida. Destarte, o estudo de caso se conceitua como uma pesquisa aprofundada e abrangente de um ou poucos fenômenos, de forma a possibilitar a produção de seu conhecimento mais detalhado (Gil, 2010). O método de história de vida configura-se como uma categoria de estudo da perspectiva qualitativa em que o que importa para o pesquisador é a ótica do sujeito, com o propósito de se alcançar e interpretar os temas abordados (Haguette, 1992). De acordo com Boje

(1995), o método de história de vida oportuniza aos indivíduos a apresentação de suas histórias, evocando a sua memória, suas lembranças e suas testemunhas.

Realizou-se entrevistas com roteiro semiestruturado, dirigidas aos miguelenses, sujeitos advindos da cidade de São Miguel das Matas e região, e outro para os seus descendentes. É importante ressaltar que os informantes tiveram a garantia ao anonimato, bem como o sigilo das informações. Diante dessas condições, os sujeitos entrevistados, quais sejam, nativos e descendentes, receberam a alcunha de Épsilon e Ómicron, respectivamente.

Ademais, empregou-se o critério de acessibilidade, atendendo aos requisitos de natividade e descendência para acessar as unidades de análises, ou seja, aos sujeitos da pesquisa. Muito embora a pesquisa seja qualitativa e a amostra não probabilística, optou-se pela técnica de *snowball* para se alcançar os sujeitos da investigação, dos quais 15 (quinze) nativos e 10 (dez) descendentes. Com a utilização dessa técnica, os primeiros entrevistados indicaram outros a serem entrevistados, proporcionando, assim, uma reação em cadeia, com o objetivo de evidenciar ações empreendedoras.

As entrevistas foram realizadas entre janeiro e fevereiro de 2019, com duração aproximada de 40 minutos cada. O processo de gravação se deu pela utilização de *smartphone* com o uso de aplicativo para esse fim. Foi feita a transcrição integral das entrevistas. A análise foi realizada a partir de quadros comparativos dos itens de pesquisa, como discorrido abaixo.

Para o estudo de caso, os entrevistados foram perquiridos sobre suas histórias de vida e os motivos que os levaram a radicarem-se em Vitória da Conquista, subcentro regional do Sudoeste da Bahia. Também foram analisadas as expectativas com relação à cidade, as razões que os levaram a implementar negócios próprios, a descrição destes negócios, as dificuldades enfrentadas e as suas percepções a respeito do nível de integração à cidade.

Os resultados da pesquisa, como apresentado em tópico próprio, evidenciaram a problemática levantada com a realização do empreendedorismo nas diversas classes sociais, o comportamento empreendedor por inspiração e pelo aprendizado, e o viés coletivista da ação empreendedora no âmbito dos empreendimentos dos empresários miguelenses, fomentada pela contribuição dos diversos sujeitos.

5 Análise e Discussão dos Resultados

Para analisar a ação empreendedora de migrantes que atuam como empresários, provenientes da cidade de São Miguel das Matas e região, em Vitória da Conquista – Bahia, investigou-se a história de vida desses sujeitos, uma vez que sua presença é considerada relevante, no âmbito empresarial, no município (Menezes, 2016).

O corpo social miguelense, em Vitória da Conquista, é circunscrito por diferentes agrupamentos de imigrantes advindos das cidades de São Miguel das Matas, Santo Antônio de Jesus, Varzedo, Laje, Amargosa, Santo Amaro, Mutuípe, Nazaré das Farinhas e outras localidades do Vale do Jaguaripe, do Vale do Jequiçá e do Vale do Paraguaçu, todas localizadas no Estado da Bahia.

Visando melhores condições de vida, em sua maioria, os primeiros miguelenses se estabeleceram na primeira metade do século XIX. É provável que os primeiros a chegar tenham sido Luiz Fernandes de Oliveira ou os irmãos Lemos – Vicente e Damasceno (Menezes, 2016).

A busca por Vitória da Conquista ocorreu devido a cidade ser considerada a capital do Centro Sul da Bahia, terceira maior cidade do Estado. Conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), a população municipal é estimada em 343.643 habitantes. A cidade ocupa a 6ª posição na economia do Estado, operando com um PIB (Produto Interno Bruto) estadual de 2,29%. O setor de serviços é proeminente, representando cerca de 70% do PIB da cidade. Para isso, segundo o portal eletrônico da Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista, contribuem o comércio robusto e os serviços educacionais e de saúde (Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista [PMVC], 2015). Por seu turno, a cidade desponta como um importante entreposto comercial para o Sudoeste da Bahia e Norte de Minas Gerais, contando com uma participação ativa de empreendedores miguelenses (Menezes, 2016).

Figura 1 – Mapa Político do Estado da Bahia



Fonte: IBGE (2021).

Os que são empresários, em meio à população de cerca de vinte mil pessoas com origem em São Miguel das Matas e região, operam uma forte intervenção econômica na sociedade conquistense (Menezes, 2016). Conforme se aduz da pesquisa, alguns começaram com atividades simples, como a venda de alimentos, frutas e verduras. Atualmente, a maioria dos segmentos de mercado do município tem a participação de miguelenses, tais como: padarias, pequenos e grandes supermercados e empresas de distribuição de alimentos, calçados, confecções etc.

A migração miguelense prosperou tendo em conta a vontade de crescer e o apoio entre seus pares. Por isso, constituem-se enquanto a maior comunidade de migrantes de Vitória da Conquista (Menezes, 2016).

Embora o estudo seja de natureza qualitativa, faz-se necessário, brevemente caracterizar os participantes. Deste modo, foram entrevistadas, por acessibilidade, 25

(vinte e cinco) pessoas. Desse total, 15 (quinze) são nativos e 10 (dez) descendentes. A faixa etária dos nativos se inscreveu entre 41 e 90 anos, enquanto dos descendentes ficaram entre 20 e 60 anos. Os nativos advêm das cidades de São Miguel das Matas (8), Santo Antônio de Jesus (3), Laje (3), Aratuípe (1). Os descendentes (10) são naturais de Vitória da Conquista. Todos do Estado da Bahia, Brasil. Quanto ao grau de escolaridade, o quadro de nativos permeia do ensino fundamental incompleto (5) ao nível superior (2), enquanto o conjunto dos descendentes circunda do ensino médio (5) ao doutorado (1). Em tempo, dada a garantia ao anonimato e, da mesma maneira, o sigilo das informações, os sujeitos entrevistados, quais sejam, nativos e descendentes, receberam a alcunha de Épsilon e Ômicron, respectivamente.

Os miguelenses pesquisados têm como forma de negócios empreendidos: 2 (duas) distribuidoras de produtos alimentícios, 4 (quatro) bares, 4 (quatro) padarias, 1 (uma) contabilidade, 1 (uma) empresa de turismo, 2 (dois) mercadinhos, 1 (um) supermercado, 1 (uma) loja de objetos de decoração. Os descendentes apontam como negócios empreendidos: 1 (um) ponto de venda de água de coco, 2 (duas) padarias, 1 (uma) loja de utensílios domésticos, 2 (dois) supermercados, 1 (um) mercado, 1 (uma) empresa de manufatura de produtos agrícolas, 1 (uma) indústria de madeiras, 1 (um) comércio de madeiras e artefatos.

Adentrando a discussão teórica, por meio dos apontamentos levantados, em análise detalhada, com supedâneo no estudo dos casos, como exposto preliminarmente, e com a aplicação do método histórico, que consiste na análise do contexto histórico em que determinados fatos se sucederam, é possível identificar como a história de vida dos miguelenses os levaram a realizar ações empreendedoras.

Considera-se também que o empreendedorismo migrante é uma ideia que se abstrai do texto em seu inteiro teor, visto tratar-se de uma discussão relativa a empresários migrantes, como referido acima.

Um entendimento mais consistente dos meandros da ação empreendedora pode ser alcançado a partir dos conhecimentos históricos. Conforme Julien (2010), é próprio dizer que as contribuições históricas oportunizam o desenvolvimento de uma compreensão mais aclarada do empreendedorismo a partir de uma abordagem mais abrangente.

O estudo sobre a história de vida de miguelenses e descendentes, dentro da perspectiva da ação empreendedora que se expande para a contribuição de diversos indivíduos em seu processo, autoriza a construção de inferências de como se processou a migração para Vitória da Conquista, as motivações, os resultados deste movimento e o legado inserto na consciência coletiva dos próprios miguelenses e descendentes, como se verá ao longo da análise.

Ao se analisar os relatos, observou-se que, em regra, a administração das empresas de miguelenses e descendentes recaem no chefe de família, salientando, desta maneira, as características familiares da administração dos negócios nestas organizações, conforme assinala Gomes (2005). Esse comportamento é demonstrado por Épsilon 6, ao dizer que: “Já veio de lá com a ideia certo de negócio, uma mercearia. Naquela época tinha muita mercearia, e eu toquei mais ele durante 30 meses. Depois toquei sozinho, pois queria fazer as coisas pra mim mesmo”. O trecho selecionado a seguir também confirma tal achado:

Meu pai veio, era uma família de 16 irmãos, pessoal morando na roça, aquele trabalho mais difícil. Aí dois tios meus saíram mais cedo, vieram pra cá colocar padaria, e meu pai veio para trabalhar com eles, ficou trabalhando com eles um tempo até que Deus abençoou e abriu seu próprio comércio também (Ómicron 8).

As organizações familiares, para Gonçalves (2000) e Oro e Lavarda (2019), configuram-se como entidades permeadas de vínculos entre a família e a empresa que extrapolam a esfera da gestão, adentrando a esfera da propriedade e da intervenção da família sobre a administração dos negócios. Essas condições são identificadas na entrevista com Ómicron 8, descendente de miguelense, ao relatar a transferência da direção para as suas mãos, enquanto filho.

Nossa padaria nasceu no ano de 1986 fundada por meu pai, veio de lá da região de São Miguel das Matas, trabalhava para um irmão, trabalhou alguns anos, depois conseguiu comprar um prédio, e aí foi um dos primeiros moradores do bairro. [...] Casou-se com minha mãe na mesma época e construíram juntos a padaria e quando foi em 2006, a partir de 2006 eu comecei a trabalhar efetivamente na parte administrativa da padaria, meu pai sendo mais preservado por questões de saúde e tudo mais. Até que no ano de 2010 ele sofreu um AVC e praticamente ficou afastado das funções administrativas como um todo. E aí a gente vem tocando desde lá pra cá dessa forma (Ómicron 8).

Conforme Barros (1999), a memória particular ou coletiva, instrumentos para a ação social e, desta maneira, traduzidas em fontes de poder (Guarinello, 2004), estrutura-se por uma rede em que se entrelaçam mecanismos culturais, políticos e econômicos enquanto atributos de representação (Barros, 1999). Com isso, é importante considerar que a motivação para a imigração para Vitória da Conquista pelos miguelenses oportunizaram orientações e incentivo para o desenvolvimento das mesmas práticas por parentes e conterrâneos, recaindo, assim, em um ciclo virtuoso e produtor: “O que levou a família a permanecer aqui? Foi o comércio, foi a família, foi vindo um após o outro, e foi trazendo outro, e a família foi, os avós, meus tios, foram ficando e a família se estabeleceu aqui” (Ómicron 9).

Os miguelenses são identificados como empreendedores ao se deslocarem para a cidade de Vitória da Conquista buscando oportunidades de trabalho ou desenvolvimento de negócios, tendo em seu espectro o componente incertezas quanto ao futuro. Essa condição é abordada por Filion (1999b), ao afirmar que os empreendedores são percebidos como identificadores de condições favoráveis para o investimento, desenvolvedores de negócios e propensos aos riscos.

Meu pai veio p'ra aqui em 1950, arrimo de família, veio pra trabalhar, era solteiro, tinha um tio dele que já era comerciante, seu Ananias, aqui em Vitória da Conquista, proprietário da Padaria Baiana, a melhor padaria de Vitória da Conquista, e na verdade uma mercearia, onde se vendia de tudo. Naquele tempo as coisas eram difíceis, Praça 9 de Novembro, em frente a um bar chamado Gato Preto, segundo meu pai. [...] Depois resolveu empreender e

comprou um negócio, como sempre, como miguelense, comprou um negócio na esquina, lá na Laudicéia Gusmão, onde hoje é o supermercado São José, meu pai comprou aquele ponto e montou o negócio, de lá, a feira naquela época era na Laura de Freitas, e aí depois a feira livre para a Praça da Bandeira, aí ele montou a Mercearia Almeida na Praça da Bandeira [...] Ele veio em 1950/51 e 1960 se casou, eu sou o filho mais velho, nasci em 62 e aí foi construindo família, de meu pai, eu e meus dois irmãos, continuamos na atividade de empreender [...] (Ómicron 10).

Dada à participação, em regra, de familiares no andamento dos negócios, conforme resgatado nas entrevistas, os miguelenses sinalizam também desenvolver as ideias do empreendedorismo, conforme proposto por Paiva (2004), ao declarar que o empreendedorismo está para além da performance do empreendedor em seus negócios, pois, com base em seu caráter holístico, as múltiplas relações são um componente inseparável para sua consolidação.

Há familiares que trabalham na parte administrativa, então, a divisão de tarefas não é tão rigidamente estabelecida. Por exemplo, eu estou na parte administrativa, eu estou na gerência, eu atendo os clientes [...] tenho duas primas que trabalham lá, elas duas estão na gerência da loja, eu e meus pais (Ómicron 7).

Julien (2010) pontua que a inovação margeia uma significação singular, sendo possível caracterizá-la a partir de pequenas alterações nas operações. Neste sentido, constata-se que os miguelenses entrevistados que migraram para Vitória da Conquista, assim como seus descendentes, ao declararem suas expectativas, sinalizaram a intenção em desenvolver ações empreendedoras, perseguindo melhores condições de vida, desejando sustentar a família ou mesmo conquistar espaço no comércio, por exemplo.

O apoio e incentivo de familiares de miguelenses na imigração relaciona-se ainda com as ideias de Julien (2010), ao dizer que o empreendedorismo, para além de seus atributos conhecidos, possui caráter sociológico, ao desdobrar-se em estruturas relacionais como família, a partir da cultura local. Assim, os miguelenses, ao incentivar e apoiar os seus pares a buscarem uma vida melhor e estes, ao mesmo tempo e reflexamente, contribuirão com dedicação, trabalho e construção, dão vazão às ideias empreendedoras, e mais acertadamente, à sua relação com a proposição acerca da ação empreendedora, proposta por Gomes et al. (2013), ao estenderem sua conceituação à ação de vários atores, à construção coletiva.

Para os sujeitos advindos de São Miguel das Matas e região, as razões que os levaram a implantar um negócio próprio envolvem a possibilidade de ter seu trabalho, a busca por independência, o desejo de constituição e manutenção da família, a vontade de deixar de ser empregado, as incompatibilidades eventuais com os sócios, a busca por novos horizontes, e ainda, a tradição familiar em atuar na área comercial. Por seu turno, nota-se que as razões esposadas se alinham com o comportamento de sujeitos que instam empreender, pois que idealizam e prospectam cenários futuros, como apontado por Fillion (1991; 1993).

A independência, a vontade de crescer, você trabalhando pra você mesmo é outra coisa do que trabalhar de empregado. Você tem uma certa autonomia, uma renda melhor. Então, o investimento é alto, mas aí, durante estes 24 anos de trabalho a gente foi economizando, foi juntando até que a gente abriu o próprio comércio. Já tinha o tino, já tinha o sangue pra isso, a família toda, meus irmãos, pais, tios, então, bora abrir um comércio. Sempre gostei desse ramo de utilidades, decoração, brinquedos, departamentos (Épsilon 10).

Os depoimentos confirmam que a maioria dos empreendimentos constituídos pelos nativos, ao migrarem para Vitória da Conquista, era do ramo comercial como mercearia, bar, padaria, bem como mercado. Esse achado remete a ideia de que a reprodução da conduta negocial, com operações reiteradamente encaminhadas nos segmentos pontuados, pelos miguelenses, recai na máxima de que o comportamento empreendedor foi alcançado por inspiração, a partir de modelos de referência (Filion, 1999b), *in casu*, no âmbito do empreendedorismo migrante (Silva, 2014) e não pelo critério gênico amplamente disseminado.

Contudo, observa-se que esta hipótese do empreendedorismo por inspiração conecta-se com uma decorrência da tese da ação empreendedora, ao considerar o aprendizado uma maneira de desenvolver o comportamento empreendedor, como evidenciado por Gomes (2010). Nessa linha de reflexão, a autora diz que a concepção de que indivíduos dotados de um saber marginal estariam mais propensos a empreender denega, na verdade, o elemento população e refuta a probabilidade de que o empreendedorismo faz parte da essência do sujeito.

Ademais, a prática de miguelenses e descendentes em desenvolver atividades relacionadas ao comércio se filia à máxima apresentada por Gomes (2010), ao sedimentar o entendimento da dimensão cultural incerta no empreendedorismo e na gestão por meio da ideia da ação empreendedora, uma vez que, na esfera da cultura local, pelo componente familiar, nos vínculos de amizade, ou de vizinhança, dentre outros (Julien, 2010), entrecruzam-se modelos empreendedores de referência (Filion, 1999b), de modo que as múltiplas contribuições propiciam a sua reprodução e a conversacionalidade, fomentando a eclosão de novos paradigmas para o processo empreendedor.

Sobre a relação entre a administração da empresa e as demandas familiares, os descendentes se mostram mais atentos à divisão entre esses dois campos, quando se trata da questão financeira. Dos 10 (dez) descendentes entrevistados apenas um afirmou não efetuar separação entre as contas da empresa e as contas da família. Esse quadro revertido em relação aos nativos relaciona-se com a ideia exposta por Longenecker, Moore, Petty (1997 apud Machado, Wetzel, & Rodrigues, 2008), ao considerarem que os herdeiros têm a preocupação com a idoneidade do nome da família e com o planejamento estratégico mais a longo prazo, em face do anseio de perpetuidade do empreendimento. Esse caráter de longevidade encontrado na pesquisa sobre a empresa familiar miguelense sedimenta o desenvolvimento do empreendedorismo familiar por meio de prováveis justaposições entre família e empresa (Borges et al., 2016), do que se infere da fala de Omicron 10.

[...] tem empresas que misturam a questão de receita e despesa com a da própria família. Não tem separado o que específico da pessoa física, do que é da pessoa jurídica, e sai misturando despesas pessoais com despesas da

empresa e tal, mas sobre isso não vejo problema, nós temos muito bem separado o que é pessoa física e o que é pessoa jurídica. As questões financeiras não se comunicam (Ômicron 10).

Neste contexto migratório de migueleses para Vitória da Conquista, em que se apresentou o apoio e recepção para o deslocamento, foi identificada também a oferta de emprego aos familiares, convalidando a ideia de Silva (2014), ao afirmar que o empreendedor migrante é habituado a contratar compatriotas, por possuírem a mesma cultura, a mesma língua, ou porque almejam apoiar indivíduos que passam ou passaram por condições equivalentes às que tiveram.

Outra questão é que o alcance de resultados, identificados nas histórias de vida de empresários migueleses e descendentes, relacionam-se com a sustentação proferida por Mendonça (2014), quando diz que, em geral, o homem de negócios imigrante se alinha com diferentes modos de pensar, combatendo a intimidação ao seu arrojo e agindo de maneira inovadora, conforme pode ser observado no trecho selecionado abaixo.

Começou com um cilindro pequeno, fazendo a massa, tinha massa que era feita manual, hoje eu tenho máquina, pra pão é a padaria mais bem equipada da cidade. O único padeiro que fui na FIPAN, de 2013 até hoje, vou todo ano. Queimava lenha, hoje o forno é elétrico, tenho transformador de energia, e agora tô com esquema pra colocar energia solar [...] (Épsilon 6).

Sobre as lições aprendidas com o insucesso de alguns negócios, os nativos dizem ter buscado alternativas menos custosas para o desempenho de certas atividades de empresa, retornando a prática de negócios anteriores, trabalhando com o que realmente conheciam, por afinidade, assim como praticando o comedimento ao investir conforme a liquidez da organização, do que se infere da fala de Épsilon 6 transcrita abaixo. Nesse sentido, os migueleses reafirmam praticar a ação empreendedora ao sinalizar comportamentos de adaptação, conforme argumentos de Kirzner (1973 apud IFDEP, 2015), quando diz que ao empreendedor é difícil encontrar o ponto de equilíbrio em decorrência dos erros que, por sua vez, ensejam novas oportunidades de ganhos e vice-versa, demandando assim a implementação contínua de mudanças.

Mercearia com irmão, Bar, depois fui pra Minas e coloquei essa empresa de transporte, já estava com 2 carros, daí fiz coisa errada, deveria ter ficado com um carro, coloquei dois, deveria ter começado com um, ganhar o dinheiro e depois ir crescendo..., depois vim pra cá e botei Bar Central, na Frei Benjamim, depois vim pra cá, a padaria (Épsilon 6).

Os migueleses, em se tratando do que fariam diferente se pudessem voltar no tempo com relação a sua vida empresarial, afirmam repetir atos, contudo, implementando correções: empregar pessoas mais capacitadas, efetuar mais investimentos, caso houvesse melhores condições financeiras, dar continuidade aos estudos para se tornar um profissional liberal; buscar atuar em ramos de negócio

diferente, expandir, abrindo filiais, por exemplo. Não obstante, 10 (dez) entrevistados asseguram que fariam a mesma coisa exatamente. Esse quesito referente à volta no tempo quanto às práticas empresariais sinaliza uma estrutura de pensamento canalizada para comportamentos empreendedores mais adequada às demandas atuais, por assim dizer. Nesse sentido, essa conduta se sedimenta com a proposição de Burke (2000), ao considerar que a memória rememora o passado, em outras palavras, ela é edificada no presente, conforme os costumes pretéritos. Dessas ideias sobre atitudes passadas possíveis com a volta no tempo, os nativos expressam potencialização para desenvolver comportamentos empreendedores, ao considerarem as contingências ambientais da organização, das pessoas e do mercado em uma associação dialógica (Gomes et al., 2013).

Pelos diversos empreendimentos desenvolvidos por miguelenses e descendentes em Vitória da Conquista, dos menores (exemplo: bar) aos de maior porte (exemplo: supermercado), é possível demonstrar que o empreendedorismo alcança as diversas classes sociais. Esta assertiva encontra consonância com as ideias de Martes (2010), ao declarar que empreender é exercer uma função e que o empreendedor não pertence a uma classe social, nem tampouco a um estamento, pois sua posição é fruto de conquista. Junto a isto, dado que a ação empreendedora tem o condão de produzir inovações, no mínimo com acréscimo marginal (Rogers, 1983), a sua conceituação oportuniza voz para sujeitos que a modernidade cognominou de suburbanos e periféricos (Gomes, 2010). Ademais, confirmam também a convergência do cerne no indivíduo para a ação empreendedora, ao denotar nesse processo a inclusão de diversos atores, mulheres e homens, individual ou agrupadamente, desenvolvendo ações empreendedoras e gerenciais.

Dos entrevistados, três se manifestaram acerca de projetos futuros para a organização. Dentre eles, dois sinalizaram ter prospecções, já com algumas implementações e testes neste sentido. O primeiro (Ómicron 6) sinaliza lançar novos produtos, enquanto o segundo (Ómicron 7) afirma ter um projeto de expansão e modernização.

Temos ideia de lançar no mercado outros produtos como o mel da fruta do cacau, nós temos uma pequena produção de cacau irrigado, nós estamos com a ideia de lançar no mercado o mel da fruta, é uma polpa de cacau, na verdade seria o néctar do cacau, além disso, nós temos a ideia de lançar o coco ralado, na região. Anagé já tem uma área grande de produção de coco, e a gente está com essa ideia de plantar também e entregar coco ralado, o néctar do cacau. Ao longo dessa história diversificamos com o fornecimento de banana da terra, produzida de forma a dar frutos de excelente qualidade. Nós já fornecemos a 2 anos a banana da terra, padrão exportação aqui em Vitória da Conquista. Os produtos que tem aí pra serem lançados é a manutenção a banana da terra, néctar do cacau também do coco ralado (Ómicron 6).

A gente já tem um projeto de expansão e de modernização, inclusive a gente tinha alguns projetos, ano passado e ano retrasado que a gente já tem colocado em prática nesse sentido, em relação a maior atividade nas redes sociais, o que já tem percebido que tem gerado um fluxo, um movimento maior, a implementação de um novo cartão de crédito também tem dado um retorno muito positivo, e esses são os projetos que a gente vem implementando, e a gente tem esses projetos de expansão e de uma

continuidade da modernização da loja mesmo, pra não parar no tempo (Ômicron 7).

Essa dinâmica de desenvolvimento de projetos futuros proposta pelos descendentes compatibiliza-se com as ideias empreendedoras, conforme Sentanin e Barboza (2005), ao asseverarem que o empreendedorismo emerge da interconexão entre sujeitos e processos resultando no desenvolvimento de negócios. Harmoniza-se também como o que defende Filion (1991; 1993), ao dizer que o empreendedor prospecta cenários futuros para a empresa, e ainda com o que afirma Filion (1999b), ao declarar que os empreendedores identificam condições favoráveis para investimento e são propensos aos riscos.

Pelo exposto, as motivações que fomentaram o comportamento empreendedor de nativos e descendentes associam-se às influências do ambiente, identificadas nas atitudes empreendedoras de parentes e predecessores, dos reclames sociais e das contingências pessoais. Nesse liame, as evidências apresentadas na investigação, com espeque na sensibilidade ao ambiente informada e seus conseqüências, revelam, por assim dizer, os arquétipos da ação empreendedora.

6 Considerações Finais

A teoria da ação empreendedora defende que as condicionantes para empreender não se subsumem ao comportamento de um indivíduo, tendo em vista que a ação propriamente dita circunscreve a interconexão do sujeito, ou mesmo de vários sujeitos, com o ambiente e a organização, refletindo, desta maneira, sua natureza holística.

A partir desses pressupostos e com o objetivo de fomentar a discussão, realizou-se uma investigação sobre a ação empreendedora de empresas familiares, formadas por sujeitos migrantes, de onde decorreu o seguinte objetivo: analisar a ação empreendedora de migrantes que atuam como empresários, provenientes da cidade de São Miguel das Matas e região, em Vitória da Conquista, Bahia. Participaram da pesquisa de campo 15 (quinze) nativos de São Miguel das Matas e região e 10 (dez) descendentes.

Observou-se, em regra, que as empresas de miguelenses e descendentes têm como característica a administração familiar dos negócios. Para eles, as razões que os levaram a implementar um negócio próprio envolvem a possibilidade de alteração do status quo, alinhando-se, conforme a pesquisa, com o comportamento de sujeitos empreendedores.

Foi possível demonstrar que o empreendedorismo alcança as diversas classes sociais, como se observa no grupo de miguelenses entrevistados, coadunando-se com a ideia de que empreender é exercer uma função; que o empreendedor não pertence a uma categoria social, nem muito menos a um estamento, em outras palavras, sua posição é produto de conquista.

Identificou-se entre os miguelenses a reprodução da conduta negocial, incorrendo no entendimento de que o comportamento empreendedor foi alcançado por inspiração e pelo aprendizado, em um universo cultural local, contrapondo-se ao fator congênito levantado por vasta literatura.

A divulgação aos seus pares, pelos familiares de miguelenes que imigraram antes, do ambiente da cidade de Vitória da Conquista, propício ao desenvolvimento econômico, alinha-se com o olhar coletivista da ação empreendedora ao conceber que a inovação advém da contribuição dos diversos atores em uma construção orgânica. As boas relações informadas dos miguelenses com os conquistenses (população e empresários) soerguem a máxima de que o ato empreendedor não é solitário e sim coletivo, perpetrado em rede.

O desenvolvimento de planos de longo prazo de algumas empresas de descendentes de miguelenses compatibiliza-se com os fundamentos da ação empreendedora, posto que a interrelação entre sujeitos e processos resultou no desenvolvimento de negócios envoltos em riscos consideráveis.

Da investigação se estabelece uma interdependência no seio da empresa familiar pela contribuição e incentivo dos diversos indivíduos integrantes no desenvolvimento dos negócios; o empreendedorismo migrante, dado que os empresários miguelenses, como apontado no estudo, incentivaram a imigração de seus partícipes, bem como sinalizaram algum acolhimento, dentre outros fatores; e a ação empreendedora que perpassa estes argumentos descritos, ao informar que empreender se relaciona com a contribuição dos diversos sujeitos, considerando a organização e as contingências ambientais.

As limitações para a investigação são de ordem teórica, resultantes dos poucos trabalhos desenvolvidos, face a sua incipiência; e empírica, em decorrência da dificuldade de acesso a alguns potenciais sujeitos da pesquisa, seja pela cultura, pelo foco nos interesses pessoais, ou por desconhecimento da relevância da pesquisa.

Este trabalho intentou oferecer contributo para a pesquisa na área da ação empreendedora visando a promoção do aguçamento de outras pessoas a se envolverem com esta matéria. A pretensão é dar vasão à construção e reelaboração permanente do entendimento deste objeto de estudo que possui um caráter pujante e metamórfico.

Finalizando, sugere-se que a ideia do deslocamento do cerne de investigação do sujeito para a ação empreendedora, dentro da discussão esboçada, reforça a inseparável contribuição de muitos indivíduos para o processo empreendedor – atores anônimos, coadjuvantes, que nem sempre se enxergam na análise do fenômeno, o que se faz pensar, enquanto substância, na existência de um “inconsciente coletivo empreendedor”.

Referências

Allemand, R. N. (2007). *Apostila sobre teoria comportamental empreendedora*. [Apostila do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense/IFSUL]. Pelotas. Recuperado em 23 novembro, 2018, de <http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora.pdf>

Barros, J. M. (1999). Cultura, Memória e Identidade: Contribuição ao Debate. *Cadernos de História*, 4(5), 31-36. Recuperado em 16 setembro, 2018, de <http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/1696/1817>

Borges, A. F., Brito, M. J., Lima, J. B., & Castro, C. L. C. (2016). Empreendedorismo em Empresas Familiares: A pesquisa atual e os desafios futuros. *Revista de Administração Mackenzie*, 17(2), 93-121. Recuperado em 16 dezembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/ram/v17n2/1678-6971-ram-17-02-0093.pdf>

Boje, D.M. (1995). Stories of the Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as "Tamara-Land". *The Academy of Management Journal*, v. 38, n. 4. p. 997-1035.

Burke, P. (2000). *Variedades de história cultural* (2a ed.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Costa, A. B. (2016). Teoria Econômica e Política de Inovação. *Revista de Economia Contemporânea*, 20(2), 281-307. Recuperado em 01 dezembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rec/v20n2/1415-9848-rec-20-02-00281.pdf>

Desidério, M. (2016, fevereiro 23). Os principais erros que destroem uma empresa familiar. *Exame*. Recuperado em 30 dezembro, 2018, de <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/os-principais-erros-que-destroem-uma-empresa-familiar>

Diniz, G. C. S., Guimarães, L. O., & Fernandes D. M. (2019). Empreendedorismo imigrante e étnico: o papel das redes sociais no processo empreendedor de um imigrante sírio no Brasil. *Internex*, São Paulo, 14(2), 161-174. Recuperado em 22 agosto, 2022, de <https://www.redalyc.org/journal/5575/557563440005/557563440005.pdf>

Dornelas, J. C. A. (2004). Empreendedorismo Corporativo Conceitos e Aplicações. *Revista de Negócios*, 9(2), 81-82. Recuperado em 16 dezembro, 2018, de <http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/289/276>

Emigração. In: DICIO.2018. Recuperado em 06 agosto, 2018, de <https://www.dicio.com.br/>

_____. (1999b). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, São Paulo, 3(2), 5-28. Recuperado em 03 novembro, 2018, de http://200.232.30.99/busca/artigo.asp?num_artigo=102

_____. (1999a). Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e

operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, 39(4), 6-20. Recuperado em 07 dezembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v39n4/v39n4a02.pdf>

_____. (1993). Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. *Revista de Administração de Empresas*, 33(6), 50-61. Recuperado em 17 dezembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v33n6/a06v33n6>

_____. (1991). Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração de Empresas*, 31(3), 63-71. Recuperado em 17 dezembro, 2018, de https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75901991000300006.pdf

Fortes, G. P., Matos, D. V., & Abreu, A. F. (2016, março). Influência do Comportamento Empreendedor na Inovação na Pequena Empresa – uma avaliação das empresas do setor varejista participantes do programa Ali-Sebrae. *Anais do Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Passo Fundo, SP, Brasil. Recuperado em 26 agosto, 2018, de <http://egepe.org.br/anais/arquivos/edicaoatual/Artigo87.pdf>

Freitas, R. S. (2015). Migrações, Cultura Científica e Empreendedorismo: Lições do desenvolvimento industrial inglês do século XIX. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 30(87), 43-59. Recuperado em 09 setembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v30n87/0102-6909-rbcsoc-30-87-0043.pdf>

Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa* (5a ed.). São Paulo: Atlas.

Godoy, A. S. (2006). Estudo de caso qualitativo. In: Godoi, C. K., Bandeira-de-Melo, & Silva, A. B. da (Orgs.). *Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo: Saraiva.

Gomes, A. F. (2010). Ação empreendedora e relações de gênero: um estudo multicase na cidade de Vitória da Conquista, Bahia. Tese de doutorado, Universidade Federal de Lavras, Lavras, MG, Brasil. Recuperado em 07 setembro, 2018, de http://repositorio.ufla.br/jspui/bitstream/1/2754/1/TESE_A%C3%A7%C3%A3o%20em%20preendedor%20e%20rela%C3%A7%C3%B5es%20de%20g%C3%AAnero.pdf

_____. (2005). O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. *Revista Eletrônica de Administração*, 4(2). Recuperado em 07 setembro, 2018, de http://legacy.unifacef.com.br/rea/edicao07/ed07_art04.pdf

Gomes, A. F., Bacelar, A. S. Santos, R. A., & Santana, W. G. P. (2018). A identidade de mulheres empreendedoras: um estudo no semiárido baiano. *Caderno Espaço Feminino*, 31(1), Recuperado em 10 julho, 2022, de <https://seer.ufu.br/index.php/nequem/article/view/41195/pdf>

Gomes, A. F., Lima, J. B., & Cappelle, M. C. A. (2013). Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas. *Revista Alcance*, 20(2), 203-220. Recuperado em 23 novembro, 2018, de <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/3796/2601>

_____. (2012). Empreendedorismo e Ações Empreendedoras: perspectiva de análise. *Anais do Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Florianópolis, SC, Brasil. Recuperado em 10 setembro, 2018, de http://www.anegepe.org.br/javabusca/files/t16720200293_1.pdf

Gonçalves, J. S. R. C. (2000). As empresas familiares no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, 7(1), 7-12. Recuperado em 30 dezembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n1/v40n1a12>

Guarinello, N. L. (2004). História científica, história contemporânea e história cotidiana. *Revista Brasileira de História*, 24(48), 13-38. Recuperado em 15 setembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rbh/v24n48/a02v24n48.pdf>

Haguette, T. M. F. (1992). *Metodologias qualitativas na Sociologia* (3a. ed.)Petrópolis: Vozes.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2021). *Cidades e Estados: Vitória da Conquista* (2021). Recuperado em 20 agosto, 2022, de <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ba/vitoria-da-conquista.html?>

Instituto para o fomento e desenvolvimento do empreendedorismo em Portugal. (2015). *Empreendedorismo nas Comunidades Imigrantes: Um Olhar sobre Portugal*. Recuperado em 10 setembro, 2018, de http://www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-com_imigrantes_ver_web.pdf

Imigração. (2018). Dicionário Online de Português. Brasil: Dicionário Online de Português. Recuperado em 20 de agosto de, 2022, de <https://www.dicio.com.br/>

Julien, P. (2010). *Empreendedorismo regional e economia do conhecimento*. São Paulo: Saraiva.

Leite, E. (2000). *O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas*. Recife: Bagaço.

Lemos, C. (2000). Inovação na Era do Conhecimento. *Parcerias Estratégicas*, 5(8), 157-179. Recuperado em 12 agosto, 2018, de http://seer.cgee.org.br/index.php/parcerias_estrategicas/article/viewFile/104/97

Lopes, R. M. A., & Lima, E. *RAE*, São Paulo, 59(4), 284-292. Recuperado em 15 de agosto, 2022, de <https://www.scielo.br/j/rae/a/PpSfJ54jswxM6dLrFCpPk9L/?format=pdf&lang=pt>

Machado, R. M. C., Wetzel, U., & Rodrigues, M. E. (2008). A experiência de sucessão para herdeiras de empresas familiares do Rio de Janeiro. *Cadernos EBAPE. BR*, 6(3), 1-24. Recuperado em 09 setembro, 2018, de <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/5086/3820>

Martes, A. C. B. (2010). Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. *Revista de Economia Política*, 30(2), 254-270. Recuperado em 03 novembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rep/v30n2/05.pdf>

Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas* (5a ed.). São Paulo: Atlas

Mello, S. C. B., Leão, A. L. M. S., & Cordeiro, A. T. (2007). O Sujeito como Centro da Ação empreendedora: Concepção e Verificação Empírica de um Arcabouço Conceitual-Analítico. *Organizações & Sociedade*, 14(41), 95-111. Recuperado em 18 agosto, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/osoc/v14n41/05.pdf>

Mendonça, S. (2014). *O empreendedorismo entre os Imigrantes em Portugal: Um estudo de caso sobre os Cabo-Verdianos no Litoral Norte de Portugal*. Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Viana do Castelo, Portugal. Recuperado em 10 setembro, 2018, de http://repositorio.ipvc.pt/bitstream/20.500.11960/1271/1/Samira_Mendonca.pdf

Menezes, D. L. (2016). *A República dos Miguelenses*. Vitória da Conquista, Bahia: Editora Brasil Artes Gráficas.

Migração. (2018). Dicionário Etimológico. Brasil: Dicionário Etimológico. Recuperado em 18 agosto, 2018, de <https://www.dicionarioetimologico.com.br/migracao/>

Migração. (2018). Michaelis. Brasil: Michaelis. Recuperado em 18 agosto, 2018, de <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/migra%C3%A7%C3%A3o/>

Oliveira, F. M. de. (2012). Empreendedorismo: teoria e prática. *Especialize Revista OnLine*, Goiânia, n. 3. Recuperado em 03 de novembro, 2018, de <https://www.ipog.edu.br/revista-especialize-online/edicao-n3-2012/empreendedorismo-teoria-e-pratica/>

Oliveira, J. L., Albuquerque, A. L., & Pereira, R. D. (2013). De “filho do dono” a dirigente ilustre: caminhos e descaminhos no processo da legitimidade de sucessores em organizações familiares. *Revista de Administração*, 48(1), 21-33. Recuperado em 09

setembro, 2018, de <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v48n1/03.pdf>

Oro, I. M., & Lavarda, C. E. F. (2019). Interface dos sistemas de controle gerencial com a estratégia e medidas de desempenho em empresa familiar. *R. Cont. Fin.*, São Paulo, 30(79), 14-27. Recuperado em 15 agosto, 2022, de <https://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/153685/150108>

Paiva, F. G. Jr. (2004). *O empreendedorismo na ação de empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz*. Tese de Doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.

Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista – PMVC (2015). *Economia*. Recuperado em 24 dezembro, 2018, de <http://www.pmvc.ba.gov.br/economia/>

Rogers, E. (1983). *Diffusion of Innovations* (3a ed.). New York: The Free Press. Retrieved november 01, 2018, from <http://www.experience-capitalization.net/handle/123456789/83>Santos, A. B. A., Fazon, Cíntia B., & Meroe, G. P. S. (2011). Inovação: um estudo sobre a evolução do conceito de Schumpeter. *Caderno de Administração*, 5(1), 1-16. Recuperado em 15 dezembro, 2018, de <https://revistas.pucsp.br/caadm/article/view/9014/6623>

Schumpeter, J. F. (1997). *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma Investigação Sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico*. São Paulo: Nova Cultural Ltda. Recuperado em 07 setembro, 2018, de <https://markuscoutinho.com/wp-content/uploads/2016/03/Os-Economistas-Joseph-Alois-Schumpeter-Teoria-do-Desenvolvimento-Econ%C3%B4mico.pdf>

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE]. (2016). *As características de negócios familiares*. Recuperado em 30 dezembro, 2018, de <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-caracteristicas-de-negocios-familiares,48e89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>

Silva, J. C. S., Fischer, T., & Davel, E. (1999). Organizações familiares e tipologias de análise: o caso da organização Odebrecht. *Anais do Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Foz do Iguaçu, PR, Brasil. Recuperado em 09 novembro, 2018, de <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad1999-org-42.pdf>.

Silva, N. P. (2014). *O Empreendedorismo Emigrante: O Caso dos Portugueses em Londres*. Tese de mestrado, Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia, Vila Nova de Gaia, Distrito de Porto, Província Douro Litoral, Portugal. Recuperado em 19 agosto, 2018, de <http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/6212/O%20Empreendedorismo%20Emigrante%20-%20O%20Caso%20dos%20Portugueses%20em%20Londres%20-%20Tese%20Mestrado.pdf?sequence=1>

Sentanin, L. H. V., & Barboza, R. J. (2005). Conceitos de Empreendedorismo. *Revista Científica Eletrônica de Administração*, 5(9), 1-9. Recuperado em 03 novembro, 2018, de http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf

Szmrecsányi, T. (2002). Ideias Fundadoras. *Revista Brasileira de Inovação*, 1(2), 201-224. Recuperado em 07 de setembro, 2018, de <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/8648859/15395>

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Weber, M. (2007). *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. São Paulo. Editora Companhia das Letras. Recuperado em 09 novembro, 2018, de http://www.ldaceliaoliveira.s eed.pr.gov.br/redeescola/escolas/18/1380/184/arquivos/File/materiais/2014/sociologia/A_Etica_Protestante_e_o_Espirito_do_Capitalismo_Max_Weber_-_Flavio_Pierucci.pdf