



Disponível em
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Rio de Janeiro, v. 18, n. 6,
pp. 874-891, Nov./Dez. 2014
<http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141244>



Documentos e Debates:

Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração

Entrepreneur: Origins, Theoretical Concepts, Dispersion and Integration

Gláucia Maria Vasconcellos Vale

E-mail: galvale@terra.com.br

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas
Av. Itaú, 525, Dom Cabral, 30535-012, Belo Horizonte, MG, Brasil.

Introdução

Mais de dois séculos separam os cervejeiros mencionados por Adam Smith (1976), em sua obra clássica, dos empreendedores de hoje. Os primeiros viviam em um ambiente socioeconômico caracterizado por uma relativa estabilidade. Eram detentores de ofícios cujas tradições passavam de geração para geração. Os empreendedores atuais, por sua vez, situam-se em um mundo completamente diferente, caracterizado por rápidas transformações e grande competição e são vistos como personagens multifacetados. O conceito de empreendedor é, atualmente, utilizado para designar diferentes facetas de um personagem (Gartner, 1988, 2001), tais como alguém dotado de capacidade de inovação; de espírito de iniciativa; que assume riscos em um negócio; que decide sobre o uso e a coordenação de recursos escassos, etc. Para Sumpf e Hugues (1973), o empreendedor seria um conceito sociológico. Mais precisamente, um tipo ideal, no sentido weberiano.

O nascimento e as alterações no conceito de empreendedor revelam, de certa maneira, as transformações da própria sociedade e sua evolução, de uma base de produção agrária para uma economia mercantil e, finalmente, para a sociedade industrial, que precedeu ao mundo contemporâneo, no qual impera a figura do empreendedor. Como comentado por Hoselitz (1951), a história das palavras reflete a história das instituições e costumes. Quando surge uma nova palavra ou quando uma velha palavra adquire um novo significado, significa que o desenvolvimento social gerou tal necessidade, de maneira a expressar uma nova realidade. O caso do empreendedor é emblemático. Conceitos e teorias sobre o empreendedor se alteraram com o tempo. Seus fundamentos teóricos surgiram, inicialmente, no contexto da economia e podem ser identificados, em primeiro lugar, na França e, em segundo lugar, na Inglaterra. Ao longo do tempo, a contribuição francesa foi se extinguindo, enquanto que as contribuições da língua inglesa adquiriram grande vitalidade.

O século XX — em particular as últimas décadas — presenciou a introdução da preocupação com o empreendedorismo entre os grandes temas das ciências sociais, com contribuições advindas de várias áreas de conhecimentos. Para Lohrke e Landström (2012, p. 10) “a pesquisa sistemática de empreendedorismo vem sendo conduzida há cerca de 40 anos, tendo emergido na década de 1980”. Para Blackburn (2011), o conceito de empreendedor é central para ideologias de diferentes sociedades ao redor do mundo. Observa, então, que (2011, p. xiii), “extraíndo dos pilares das ciências sociais, estudiosos do empreendedorismo e seus trabalhos estão influenciando e ajudando a redefinir fundamentos acadêmicos dominantes e suas fronteiras”. Mas diferentes são as concepções teóricas básicas hoje existentes, cada uma delas enfatizando determinada faceta ou dimensão desse personagem. Como salientado por Lohrke e Landström (2012), considerando que as pesquisas sobre empreendedorismo estão se tornando mais dirigidas por teorias e que pesquisadores vêm extraíndo teorias de vários campos de conhecimentos, torna-se importante conhecer as diferentes raízes intelectuais das reflexões sobre empreendedor.

O propósito deste artigo é o de apresentar e analisar as origens e evolução de diferentes concepções teóricas sobre o empreendedor, as principais vertentes teóricas hoje existentes e os pontos de convergência entre elas. Como será possível observar, existem muitos pontos de interação e diálogo entre os pioneiros de diferentes abordagens teóricas, o que, por si só, já sinalizaria para uma promessa de integração. No entanto, isso não ocorre. As pesquisas atuais tendem a explorar, geralmente, um único eixo teórico. Essa tendência, todavia, vem sendo muito criticada, inclusive por alguns autores que clamam por uma maior interdisciplinaridade nos estudos sobre empreendedorismo (Gartner & Shane, 1995; Thornton, 1999).

O artigo encontra-se dividido em três partes. A primeira enfoca as origens de uma teoria do empreendedor, associada ao aparecimento e evolução do próprio conceito. A segunda analisa as principais perspectivas teóricas mais estruturadas sobre o empreendedor, como um ator diferenciado: (a) a vertente da economia; (b) a vertente da inovação; (c) a vertente da sociologia; (d) a vertente da sociologia econômica; (e) a vertente da psicologia. Na conclusão são destacadas as peculiaridades e convergências aí presentes. Observa-se que as novas teorias sobre o empreendedor, atualmente em fase

de gestação, como a visão baseada em recursos e a abordagem evolucionária, exploram concepções presentes em várias abordagens, inserindo-as no contexto de plataformas teóricas específicas. Finalmente, enfatiza-se a necessidade de encaminhar-se em direção de concepções teóricas mais integradas do empreendedor, capazes de associar atributos individuais com observações sobre contexto ou estrutura social. Espera-se que tais reflexões possam auxiliar os estudiosos da área a: (a) melhor situar o contexto de investigações e escolher os caminhos teóricos de pesquisas; (b) identificar os principais substratos das raízes intelectuais presentes na área e as possíveis interconexões. Mas, mais importante que isso, a integrar, em futuras pesquisas, diferentes proposições teóricas.

As Origens do Empreendedor

Para Parker (2009, p. 39), “numerosos autores têm especulado sobre a origem da função do empreendedor e a natureza do empreendedorismo”. Segundo historiadores econômicos, as primeiras proposições sobre o empreendedor surgiram na França, no século XVIII. Braudel (1982) relata que encontrou um exemplo da palavra **empendedor** datado de 1709. Mas tal palavra, utilizada no sentido de alguém que controla uma empresa, teria surgido em 1770, com Abbé Galiani. Apenas com os escritos de Saint Simon, após 1823, que viria a difundir-se. O século XVIII foi o palco de grandes transformações. Conforme Braudel (1982, p. 328), “foi no século dezoito que a situação de fato começou a mudar”. Mesmo na França, que então se situava atrás da Inglaterra, começaram a surgir novas manufaturas e fábricas. Junto com as unidades de produção artesanal, “já estavam emergindo empresas de natureza francamente capitalista” (Braudel, 1982, p. 329).

Na língua francesa, existem diferentes registros sobre a utilização do conceito do empreendedor, que evoluiu com o tempo. Hoselitz (1951) observa que enciclopedistas do século XVIII consideravam empreendedor aquele que se encarregava de uma obra. Como observado pelo autor o dicionário da língua francesa, organizado por Littré (2005), em 1889, refere-se à palavra *entrepreneur* (empreendedor) como significando aquele que empreende alguma coisa. Tal conceito teria sido formado durante a Idade Média, no contexto de uma evolução natural da língua francesa, a partir do verbo *entreprendre*, sugerindo a ideia de se fazer alguma coisa. No século XVI, a figura do empreendedor encontrava-se muito associada aos empreendimentos militares. No século XVII, a conotação evoluiu para considerar uma pessoa cuja atividade implicava em tomar riscos elevados, em geral, associados a empreendimentos envolvendo um contrato de obra pública com o soberano. Ao elaborar uma pesquisa semântica e semiológica sobre a ocorrência do termo, Vérin (2011) observa que, a partir do século XVII, esse se encontra associado a quatro domínios: política, guerra, justiça e dinheiro. E concluiu que o traço característico desse ator, como esboçado nos séculos XVII e XVIII, era o de alguém que afetava a estabilidade social.

Segundo Hoselitz (1951), tal termo, naquela época, não era aplicado nem para mercadores, nem para pessoas envolvidas com a manufatura. Posteriormente, o foco deslocou-se da execução de grandes obras públicas para a compreensão de um ator que assume o risco por qualquer tipo de empreendimento. Ao buscar as origens da teoria do empreendedor, Hoselitz (1951, p. 235) afirma ter sido “incapaz de encontrar qualquer tipo de evidência sobre a existência de alguma teoria econômica do empreendedorismo anterior à Cantillon”. Observa Baumol (2010) que, até o século XX, escritores ingleses referiam-se ao empreendedor como aventureiros ou *undertakers*. O termo empreendedor teria sido introduzido por Cantillon, em uma tradução de seu trabalho. Mas as primeiras menções sobre tal ator eram de natureza mais descritiva que teórica.

As observações de Baumol (2010) destoam daquelas de Schumpeter (1991), que via não em Cantillon, mas em Say, o responsável pela difusão do conceito na Inglaterra. Segundo Schumpeter (1991, p. 407), “sob a influência de Jean Baptist Say, tal conceito (do empreendedor) foi introduzido na literatura inglesa por John Stuart Mill”. Ao referir-se ao fenômeno de difusão do conceito, Casson (2003) afirma que Mill teria sido o responsável pela sua popularização na Inglaterra. Mas tal conceito, logo depois, caiu também em desuso, tendo sido confundido com conceitos como capitalista. Diferentemente

da França, na Inglaterra, no final do século XVIII, a imagem de empreendedor que mais se projetou era de alguém que ofertava ou acumulava capital. Como observado por Hebert e Link (2011), os economistas clássicos ingleses viam o empreendedor como fornecedor de capital financeiro. Tal concepção prosperou ao longo do século XIX, com o rápido processo de crescimento industrial. Apenas mais tarde, apesar de reparos ao uso de termos mais frequentes como *undertaker*, por parte de pensadores como Mills e outros, que o termo *entrepreneur* foi incorporado, definitivamente, na literatura de língua inglesa. Schumpeter (1971) foi o grande responsável por isso.

Como observado por Blackburn (2011), empreendedorismo não é um fenômeno novo, mas, certamente, é dinâmico. Evidências sugerem que Cantillon e Say são considerados os primeiros a abordarem o tema do empreendedor no contexto de uma teoria mais estruturada. Na obra clássica de Cantillon (1964), **Essai sur la Nature du Commerce en Général**, publicada em 1755, o empreendedor é aquele que assume um tipo de risco associado a um empreendimento. Seu empreendedor compra algo por um certo preço para vender por um preço incerto. Já para Say (2008), que publicou sua obra em 1803, o empreendedor é um mediador, que combina diferentes fatores de produção, de maneira a produzir um determinado bem. É, também, aquele que, sem ser o cientista, é capaz de usar uma invenção e explorar uma inovação. Say foi também um empreendedor, tendo mantido, por vários anos, uma empresa de fiação e tecelagem. Porém, preso a um modelo econômico baseado em pressupostos de equilíbrio e estabilidade, não conseguiu enxergar a relação entre a atividade empreendedora, a acumulação de capital e o progresso.

Quesnay (1888) procurou incorporar o papel do empreendedor ao elaborar seu estudo relativo à estrutura socioeconômica de um capitalismo agrário. Quesnay (1888) vislumbrava a presença de três classes na França, incluindo a classe produtiva, que gerava a renda da sociedade. Esta era representada pelos produtores ou empreendedores agrícolas, que alugavam a terra dos proprietários e contratavam mão de obra. Seu *Tableau économique*, elaborado em 1758, também, retratava a situação de uma sociedade estável. Inserido na estrutura de uma sociedade agrária, nem Quesnay, nem seus seguidos conseguiram vislumbrar o poder produtivo e criativo que viria com a indústria. Tal fenômeno seria, posteriormente, analisado por Schumpeter (1971), ao caracterizar o empreendedor como um inovador, que promove a mudança e desencadeia o processo de desenvolvimento econômico.

Perspectivas Teóricas

As principais perspectivas teóricas encontram-se expostas a seguir.

A vertente econômica

Como já observado, a elaboração de uma teoria do empreendedor remonta a alguns economistas clássicos, sobretudo de origem francesa. No entanto, como afirma Baumol (2010, p. 15), “com o advento da economia neoclássica, o empreendedor foi exorcizado pela literatura”. Para Sautet (2000), o problema é que a teoria neoclássica, que se constitui a parte mais desenvolvida da teoria econômica, trabalha com pressupostos baseados em função de produção, onde não existem pessoas. As variáveis-chave são, ao invés disso, mudanças em custos e preços relativos. Dessa maneira, o fenômeno conspícuo da vida econômica – ou seja, o papel do empreendedor – tem sido ignorado. Outros economistas também vêm observando essa omissão. Para K. Foss, Foss e Klein (2007, p. 1), por exemplo, “a moderna teoria de firma virtualmente ignora o empreendedor”. Casson (2003), por sua vez, realça que os paradigmas econômicos dominantes enfatizam apenas os fluxos de produtos e de capital, enquanto deveriam também valorizar o fluxo de informações, em que o papel do empreendedor seria de fundamental importância. Para Rizzo e White (2003), os atos criativos do empreendedor, na descoberta de novas informações sobre preferências, preços e tecnologias, seriam fundamentais para a promoção de descobertas e o uso de novos conhecimentos na sociedade.

Apesar das reconhecidas limitações dos paradigmas econômicos dominantes, as contribuições da economia moderna existem e não podem ser subestimadas. Subjacente a elas existe, geralmente, a percepção de que o empreendedor é um ator fundamental nas decisões que envolvem o uso e a coordenação de recursos escassos em uma dada economia. Entre os principais economistas da idade moderna, destacam-se Knight (2009), Kirzner (1979) e Baumol (2010).

Knight (2009) retomou proposições de Cantillon (1964) sobre o risco e foi o primeiro economista a fazer uma distinção entre o risco e a incerteza. Para o autor, a verdadeira função do empreendedor não é, exatamente, a de realizar a arbitragem, e sim a de trabalhar com a incerteza. Incerteza, diferentemente de risco, encontra-se associada a um algum tipo de probabilidade, impossível de ser classificada, visto que diz respeito ao resultado de um evento único. Apesar disso, exige-se julgamento no sentido de se formar uma estimativa de seu valor. Ao agir no contexto de incerteza, o empreendedor introduz melhorias em termos tecnológicos e de organização de negócios, abrindo caminho para o progresso econômico. Como observado por Wood (2006), a verdadeira incerteza forma o pilar da teoria do lucro, competição e empreendedorismo. Knight, ao refletir sobre o que é necessário para ser um empreendedor bem-sucedido, avança em considerações associadas a motivações e características pessoais, temas de interesse da abordagem psicológica.

Kirzner (1979), por sua vez, posiciona o empreendedor no centro do processo do mercado. Seu empreendedor é aquele que se encontra sempre em estado de alerta para descobrir e explorar novas oportunidades. A capacidade de estar alerta constitui a principal característica dos empreendedores, pois são sempre os primeiros a identificar oportunidades lucrativas de negócios. Sabem comprar em um determinado local e vender em diferentes locais ou em momentos distintos; compram insumos e vendem produtos processados, etc. Assim procedendo, empenham-se em levar o mercado em direção a uma posição de equilíbrio, embora esta jamais seja alcançada. Para Wood (2006), Kirzner foi o primeiro pensador a articular uma teoria do empreendedor baseada no conceito de alerta. Para Kirzner (1979), a capacidade de estar alerta expressaria e refletiria, inclusive, motivações pessoais, aspirações e sonhos do próprio empreendedor. Nesse contexto, defendia a integração da economia com a psicologia, em pesquisas empíricas.

Baumol (2010) destaca-se, entre os economistas, pela tentativa de inserir a figura do empreendedor no contexto de modelos econômicos tradicionais. Critica os modelos correntes, observando o grande volume de evidências empíricas sobre a importância do empreendedor, do inventor e do executivo, convivendo com a ausência de aparatos teóricos adequados de análise. Em sua mais recente obra (2010), tenta superar tais limitações, elaborando uma teoria do crescimento econômico inserida no contexto da microeconomia, utilizando-se do conceito do empreendedor inovador, cujas raízes intelectuais remontam a Say (2008) e Schumpeter (1971, 1991). Baumol (2010) considera que o empreendedor, graças à sua capacidade de inovação, é o agente capaz de ampliar as fronteiras das possibilidades de produção de uma dada economia. Para Baumol (2010, p. xii), “muitas das decisões que afetam o crescimento (econômico) são realizadas por indivíduos e firmas individuais”. Tal fato justificaria a inclusão dos empreendedores no centro das análises sobre crescimento econômico.

Observa-se que as contribuições presentes na economia permitem associar a figura do empreendedor com a de um executivo, que toma decisão em condições de incerteza (Knight, 2009); que se mantém sempre em estado de alerta para identificar novas oportunidades (Kirzner, 1979); que é capaz de introduzir uma inovação no mercado (Baumol, 2010).

A vertente da inovação

Baumol (2010) reconhece a distinção entre, por um lado, a teoria do empreendedorismo e, por outro, as teorias de inovação. Enquanto a segunda avançou, sobretudo após os trabalhos de Schumpeter (1971, 1991, 2005), a primeira permaneceu marginal no contexto do pensamento econômico. Distanciando-se dos economistas neoclássicos, Schumpeter (1991) insere o empreendedor no cerne de seus trabalhos. O autor (1991) já havia observado que não existia espaço para o empreendedor, seja em Smith, Mill ou Marshall. Mas Marshall, em seu livro clássico, publicado em 1890, referiu-se a tal ator.

Para Marshall (1972), empreendedores seriam os responsáveis pelos processos de produção e distribuição de produtos e, também, os coordenadores da oferta e da demanda no mercado. Eram, também, de certa forma, capazes de gerar inovação e progresso à medida que, eventualmente, desbravavam novos caminhos.

Mas Schumpeter vai destoar muito de Marshall. Ao inserir o empreendedor no centro do processo de mudanças e transformações econômicas, afasta-se, radicalmente, da noção clássica – presente no pensamento de Smith (1976) e de Marshall (1972) – segundo a qual a mudança resultaria de forças endógenas, localizadas dentro do sistema econômico. Em um artigo *Comments on a Plan for the Study of Entrepreneurship*, provavelmente escrito em 1946, Schumpeter (1991) procura “traçar uma linha de pensamentos que demonstra a inadequação das ideias dos economistas sobre os fatores, mecanismos e efeitos da mudança econômica para a investigação do empreendedorismo” (p. 409). Considera ele fundamental o estudo do empreendedor – “a figura mais conspícua do processo capitalista” (p. 408), pois representa uma importante avenida para a compreensão dos mecanismos de mudança. Observa, porém, que “o empreendedor não se constitui, certamente, um homem econômico, no sentido teórico” (Schumpeter, 1991, p. 408). Schumpeter (1991), ao referir-se à importância, para o crescimento econômico, de um fator deflagrador externo, de natureza não econômica – o empreendedor, distancia-se, significativamente, dos analistas econômicos. Ao mesmo tempo, associa os processos de mudanças a processos sociais mais amplos. Considera que seria necessário atentar-se, sistematicamente, “para os detalhes do processo social, no qual as estruturas industriais e comerciais emergem e desaparecem” (Schumpeter, 1991, p. 408). As mudanças e revoluções nos padrões de produção e comercialização representariam o estado permanente da vida econômica do capitalismo.

A função do empreendedor seria, exatamente, a de “fazer novas coisas ou de fazer as coisas que já vinham sendo feitas de novas maneira” (Schumpeter, 1991, p. 412). Ou seja, de alterar, de alguma forma, as funções de produção então existentes. Como exemplos de inovação seria possível inserir, por exemplo, novas maneiras de organização da produção e de um setor industrial; lançamento de novos produtos no mercado; introdução de produtos aperfeiçoados; desbravamento de novos mercados e ambientes; utilização de novos recursos, materiais e matérias-primas, etc. Os empreendedores são os perturbadores do mercado, os agentes de desequilíbrio criativo.

Uma inovação desencadeia todo um ciclo de originais inovações, e espalha-se, de maneira desigual, demonstrando uma tendência a concentrar-se em certos setores empresariais e regiões. Uma inovação importante tende a induzir originais e diferentes inovações no mesmo setor, tornando criativo todo um processo de inovação e difusão. Essa tendência de concentração em certos espaços e períodos de tempo permite desencadear um novo ciclo de negócios, engendrando um processo de crescimento diferenciado, em setores e regiões. A destruição criativa leva não apenas à produção de bens e serviços de melhor qualidade como, também, à ruptura das estruturas estabelecidas de mercado, prejudicando as empresas comprometidas com o modelo anterior.

Para Schumpeter, existe uma diferenciação entre empreendedor, inventor, capitalista e gestor. O empreendedor implementa novas ideias. O inventor produz novas ideias. O capitalista possui os meios para investir. O gestor realiza as funções administrativas. Observa o autor que este encontra-se perfeitamente incorporado no mundo de Smith-Ricardo-Stuart-Mill. Alguns desses papéis podem, eventualmente, sobrepor-se. Observa-se que Schumpeter (1959), da mesma maneira que Kirzner (1979), Knight (2009) ou Baumol (2010), vai contribuir para dotar o conceito de empreendedor de certa amplitude, podendo, no seu caso, ser aplicado para designar diferentes atores, estejam estes fora ou dentro de uma empresa (intraempreendedores), pois ambos podem levar a cabo novas combinações.

Para o autor, poderia, também, ocorrer instância capaz de comprometer o papel do empreendedor. Tal ceticismo em relação ao futuro do empreendedor, fica claro nas observações do autor sobre a proliferação das grandes corporações. Observa o autor que o desempenho do empreendedor envolve, por um lado, a habilidade de perceber novas oportunidades dotadas, naquele momento, de riscos, e, por outro, a capacidade de quebrar as resistências do meio às mudanças. No passado, tais habilidades encontravam-se diretamente associadas a certos indivíduos em particular. No mundo que se vislumbrava, tais habilidades estariam mais inseridas em grandes corporações. Como observado por

Echaudemaison (1996), os empreendedores, na visão de Schumpeter, seriam substituídos, progressivamente, pela burocracia das grandes empresas e das administrações.

As proposições de Schumpeter vêm sendo retomadas por novas abordagens, atualmente, em fase de gestão, a exemplo da visão baseada em recursos ou capacidades dinâmicas aplicados ao empreendedorismo (K. Foss, Foss, & Klein, 2007; Kor, Mahoney, & Michael, 2007; N. J. Foss, Klein, Kor, & Mahoney, 2008; Zahra, Sapienza, & Davidsson, 2006) e de certas vertentes da teoria evolucionária (Anderson, 2011; Grebel, Pyka, & Hanusch, 2001; Hung & Mondejar, 2005; Metcalfe, 2004). No primeiro caso, o empreendedor é vislumbrado, muitas vezes, como um ator coletivo, ou seja, um time, um grupo ou uma empresa com capacidade de introduzir inovações e mudanças. Já no caso da visão adotada pela teoria evolucionária, as abordagens nascentes variam bastante. Enquanto Metcalfe (2004), Grebel, Pyka e Hanusch (2001) lançam mão de proposições de Schumpeter como fundação intelectual do modelo que caracteriza e distingue o empreendedor como um ator diferenciado, Anderson (2011), por sua vez, retoma e reinterpreta a figura do empreendedor schumpeteriano, diluindo sua importância como um ator diferenciado. O autor distingue três diferentes modelos de processos evolucionários presentes em Schumpeter e apresenta uma distinção entre microevolução (população de entidades que se defronta com pressões seletivas mais ou menos uniformes, a exemplo das firmas em uma indústria) e macroevolução (transformações de longo prazo de um sistema complexo de populações que evoluem e ramificam).

A vertente da psicologia

Schumpeter influenciou toda uma geração de pesquisadores, como observado por Baum, Frese, Baron e Katz (2007). A preocupação com o empreendedor repercutiu em outros campos das ciências sociais, como a psicologia. Observa-se que, em Schumpeter, a motivação, que gera a inovação e a mudança, deriva de características pessoais. Mas é McClelland (1971, 1972) que vai introduzir tais preocupações no centro de uma teoria do empreendedor, ao analisar as características psicológicas que predisõem um indivíduo ao empreendedorismo. A época era propícia ao surgimento desse tipo de abordagem. As ciências do comportamento haviam alcançado um estado de evolução e maturidade que permitia a criação e utilização de medidas e indicadores de certas dimensões do comportamento humano. Como salientado pelo próprio autor (McClelland, 1971, p. 110), embora o interesse pelo tema da motivação humana seja antigo, a lente da “psicologia permitiu definir tal tema de maneira muito mais precisa e, também, encontrou maneiras de medi-lo”.

Ao inserir a dimensão psicológica entre as explicações para o progresso e o crescimento econômico, McClelland (1971) quebrou, na época, a primazia dos economistas. Como observado por ele próprio, “o rápido crescimento econômico tem sido explicado por fatores externos” (p. 109), como oportunidades favoráveis de negócio, descoberta de recursos naturais valiosos, conquista de novos mercados, etc. No seu caso, no entanto, a ênfase se reverte. Para McClelland (1971, 1972), são os fatores internos ou endógenos, os valores e motivações humanas que levam o homem a explorar oportunidades, a usufruir de condições favoráveis de negócios e a promover o progresso econômico.

Entre os principais motivos que impulsionam o ser humano a agir situa-se a necessidade por conquistas e realizações. Ou seja “um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas sim pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal” (McClelland, 1971, p. 110). Indivíduos com elevado nível de necessidade por realização e conquista apresentam uma maior propensão a perseguir desafios, de maneira relativamente autônoma. Alguns fatores poderiam explicar por que determinadas pessoas se diferenciam nessa dimensão. Entre eles, situam-se: (a) a associação entre autorrealização e sentimentos positivos; (b) uma educação que estimula a independência pessoal; (c) a noção de recompensa pelo sucesso; (d) a vontade de perseguir desafios. Após realizar vários estudos empíricos para testar sua hipótese, McClelland (1971, 1972) concluiu que indivíduos empreendedores apresentam uma estrutura motivacional distinta. Algumas qualidades como audácia, engenhosidade, liderança, persistência, determinação e coragem para assumir riscos moderados encontram-se presentes. Como salientado por Schatz (1971, p. 183), “pessoas com elevado senso de realização possuem uma propensão particularmente forte a apresentar bom

desempenho em situações nas quais indivíduos esperam ser avaliados por elevado padrão de desempenho”.

Para McClelland (1971, 1972), é a necessidade de realização que move indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Tal necessidade faz com que canalizem energia para a melhoria e o constante progresso de seus empreendimentos. A motivação para a realização estaria enraizada em certas práticas culturais que se manifestam em termos de crenças, valores e normas de uma dada sociedade. Dessa maneira, diferentes culturas e sociedades apresentam diferentes propensões ao surgimento do espírito empreendedor. Segundo Schatz (1971, p. 183), “sociedade com elevado nível de necessidade de realização produzirá mais empreendedores energéticos, que, por sua vez, produzirão maior desenvolvimento econômico”. Observa-se que, da mesma maneira que Schumpeter (1959, 1971), McClelland (1971) imputa a um fator endógeno – no seu caso, a presença de um espírito combativo e empreendedor – o deflagrador do crescimento econômico e do desenvolvimento. Outros autores, além de McClelland, também, deram sua contribuição para a identificação de traços psicológicos distintivos do empreendedor. Hagen (1962) introduziu o conceito de personalidade criativa, associando-a à necessidade elevada de autorrealização, de autonomia e de disciplina. As abordagens originárias de psicologia enfocam o empreendedor sempre como um ator individual, considerando que tanto a personalidade afeta a sociedade quanto a sociedade afeta a personalidade. Observa-se aí a importância do contexto social na formação do empreendedor, tema que será explorado, de diferentes maneiras, pela vertente da sociologia e da moderna sociologia econômica.

Para Baum *et al.* (2007), os estudos de McClelland influenciaram toda uma geração de estudiosos do empreendedorismo e abriram as portas para a realização de programas de formação empreendedora nas principais escolas de negócios no mundo. Seus seguidores, ainda hoje, continuam a buscar os traços pessoais distintivos que impulsionariam ao empreendedorismo.

A vertente da sociologia

Referindo-se a avanços nas proposições sobre a evolução econômica e ao papel do empreendedor, Jones e Wadhvani (2006) comentam que os historiadores econômicos já vinham, desde meados do século XIX, realizando um contraponto às abordagens econômicas clássicas e neoclássicas ao mostrarem como as estruturas econômicas mudavam com o tempo e à medida que as instituições do capitalismo e o processo de industrialização evoluem. A partir do início do século XX, não apenas Schumpeter como, também, muitos historiadores e sociólogos observaram o papel do empreendedor no processo de mudança econômica. Entre eles, destaca-se Weber (1958). Para Swedberg (1991, p. 45), “não existe dúvida que Weber e Schumpeter se influenciaram mutuamente”. Ambos nutriam um interesse pela economia e sociologia. Mas, enquanto Weber se considerava um sociólogo, Schumpeter queria ser visto como um teórico econômico.

Weber (1958) via no novo empreendedor, que surgia na esteira do capitalismo e ajudaria a forjá-lo, uma pessoa dotada de características especiais. O homem de negócios, que ele vislumbrou como o empreendedor moderno, surge na esteira da ética protestante e vai mudar, radicalmente, a rotina tranquila e confortável de sua época. Weber narra tal processo de transformação no contexto do surgimento da indústria têxtil. Segundo ele,

algum homem jovem, proveniente de uma das famílias que abandonaram o campo e que compravam roupas produzidas pelos camponeses para vender a atravessadores, foram para o campo e, cuidadosamente, escolheram tecelões para serem empregados, ampliaram a supervisão sobre seus trabalhos e, então, transformaram-nos de camponeses em empregados (Weber, 1958, p. 67).

Da mesma maneira, esse tipo de “homem começaria a mudar os métodos de comercialização”, a introduzir “princípios de preços baixos e maior rotatividade” (Weber, 1958, p. 67). Salienta Weber (1958) que “isso começou, em uma determinada época, a ocorrer em todos os lugares, como resultado de um processo de racionalização” (p. 67). Tal processo iria alterar, de maneira radical, as regras de competição. Se, antes, as “relações entre concorrentes eram relativamente boas, com razoável grau de

concordância nos fundamentos do negócio” (Weber, 1958, p. 67) tal “situação idílica entrou em colapso sob a pressão de uma luta competitiva amarga” (p. 68). Weber associa tais indivíduos com os primeiros inovadores, que serão, ao mesmo tempo, repudiados, odiados e admirados. Macdonald (1971, p. 76) comenta que Weber “vislumbra no inovador o “tipo ideal do protestante ascético”.

Enquanto, para Weber (1958), a chave para o sucesso competitivo do empreendedor é sua capacidade de inovação ao buscar racionalizar todos os aspectos de seu empreendimento, para Schumpeter (1971, 1991), a inovação adquire uma conotação diferente: inovar é utilizar recursos existentes de novas maneiras. Para Kilby (1971), tanto Schumpeter quanto Weber apresentam o empreendedor como um ator que “aparece na economia tradicional e desencadeia um processo revolucionário de destruição criativa” (p. 6). Em Schumpeter, o fator motivador fundamental deriva de características de personalidade. Seu empreendedor é impelido por fatores que extrapolam a racionalidade. Em Weber, o fator motivador é de natureza cultural. Como reconhece Trigilia (2002, p. 58), os empreendedores de Weber vêm de um “estrato social mais baixo e não possuem muito capital, dependendo sempre de empréstimos de parentes”. No entanto eram detentores de um força especial. Ou seja, uma qualidade ética diferente daquela existente no passado e capaz de dotá-los de resiliência, ascese, disciplina, autocontrole, aquisitividade e comprometimento com o sucesso.

A observação de que empreendedores originam-se de estratos sociais mais periféricos encontra, também, certa ressonância nos pensamentos de Schumpeter (1971). Como salientado por Trigilia (2002), Schumpeter “mencionou a marginalização social como uma possível fonte de empreendedorismo” (p. 108). Mas a noção da importância que aquele que se lança ao empreendedorismo imputa a necessidade de inserção e o reconhecimento social é o tema central de outros pioneiros das ciências sociais, como Sombart e Simmel.

Sombart (2002), assim como Weber (1958), estava preocupado em entender a dinâmica inicial do capitalismo. Como observado por Nogueira (2004), Sombart identifica o espírito capitalista com o empreendedor. Mas, diferentemente de Weber, que via no ascetismo religioso puritano o propulsor de transformações, Sombart considerava que o ímpeto para o capitalismo derivava de grupos sociais marginalizados. Entre eles, situam-se os heréticos, os judeus, os estrangeiros e os comerciantes aventureiros. Observa o autor que outras religiões, em especial o judaísmo, haviam contribuído para o nascimento do espírito do capitalismo, muito antes da reforma protestante. Esses grupos sociais, excluídos de funções sociais relevantes, acabaram propelidos ao mundo dos negócios, gerando, assim, os empreendedores. Comparando as proposições de Sombart, sobre o judeu, com as de Weber, sobre os puritanos, Loader (2001) observa que ambos vislumbram, nesses tipos, um componente do super-homem de Nietzsche, que rompe as estruturas da sociedade arcaica para introduzir o mundo moderno.

Simmel (1955, 1971, 2006), considerado um dos fundadores da sociologia, também vai abordar o empreendedor como um ator excluído da sociedade. Na essência de sua análise, situa-se a preocupação com a natureza das interações e a geometria da vida social. Busca, através da análise das interações entre os indivíduos (átomos da sociedade), compreender a dinâmica da realidade macrosocial, esta entendida como um intrincado entrelaçamento de múltiplas relações estabelecidas entre indivíduos, em constante troca e associação de uns com os outros. Insere-se aí sua preocupação com o estrangeiro (Simmel, 1971), como um ator mal-inserido em uma dada sociedade. O estrangeiro encontra-se desprovido de muitos laços e contatos com a sociedade onde se insere; porém mantém-se conectado com outras realidades e sociedades de onde se originou. Isso, ao mesmo tempo em que restringe certas iniciativas na sociedade de destino, confere-lhe o benefício de uma maior amplitude de ação. Tal ambiguidade tornava-o particularmente apto para a realização de certas atividades, preteridas pela elite local. Entre elas, situam-se, em particular, iniciativas no mundo dos negócios. Para Simmel (1971), o estrangeiro é o mercador; e o mercador é o estrangeiro. Observa que (Simmel, 1971, p. 185), “o estrangeiro representa a união entre a proximidade e a distância”. Essa concepção encontra forte sintonia com proposições posteriores de Granovetter (1973) sobre o poder dos laços fracos e o papel do empreendedor nesse contexto.

Posteriormente, Hoselitz (1957) elabora uma proposição teórica mais abrangente para o tema empreendedorismo e exclusão social. Observa que o empreendedor seria “dotado de uma posição ambígua sob um ponto de vista cultural, étnico ou social e, devido a isso, fortemente motivado a realizar

ajustes criativos em situação de mudança ou, eventualmente, no curso desse processo, desenvolver inovações genuínas no comportamento social” (Hoselitz, 1959, p. 38).

Para o autor (Hoselitz, 1957), o processo de crescimento e desenvolvimento econômico de uma sociedade apenas se verifica quando a função do empreendedorismo encontra-se devidamente institucionalizada. Isso quer dizer que a sociedade deve possuir instituições que estimulem, premiem e motivem o indivíduo para inovar, assumir riscos, criar novos negócios e introduzir mudanças. Para chegar nesse estágio, a sociedade passa por um processo de transformação, composto por três estágios sucessivos: (a) o aparecimento do comportamento desviante (capaz de permitir, por exemplo, o aparecimento de indivíduos empreendedores fora do círculo da elite dominante); (b) a emergência da marginalidade social ou cultural (proliferação de iniciativas destoantes do padrão vigente na elite); (c) a redefinição dos objetivos da própria elite (prevalência dos novos valores).

Autores mais recentes que exploraram o tema do empreendedorismo e exclusão social (Jones & Wadhvani, 2006; Volery, 2007). Alguns vêm sugerindo ampliar ou complementar tal visão. Jones e Wadhvani (2006), por exemplo, consideram que apenas o *status* de grupo minoritário não seria suficiente para estimular o empreendedorismo. Seria necessário observar-se a influência, concomitante, da religião, da nacionalidade e da afiliação a certos grupos sociais. A partir sobretudo da década de 1990, proposições sobre o contexto social, particularmente associadas ao enraizamento (*embeddedness*) e às redes sociais, vêm também chamando a atenção dos pesquisadores. Nesse contexto, a moderna sociologia econômica apresenta uma importante contribuição.

A vertente da sociologia econômica

Schumpeter (1971) reconheceu as limitações da abordagem econômica para uma análise mais abrangente do fenômeno. O autor afirma que a explicação necessária deveria “ser buscada também fora do grupo de fatores que são descritos pela teoria econômica” (Schumpeter, 1971, p. 45). Outros autores também sentiram a necessidade de uma fertilização cruzada entre a economia e a sociologia. Para Macdonald (1971, p. 8), por exemplo, “a teoria econômica deveria ser inserida em uma sociologia econômica ou teoria social capaz de prover critérios de avaliação do significado relativo de variáveis econômicas e não econômicas”. Coube a Granovetter (1985, 2005a, 2005b, 2008) realizar tal casamento, dando origem à moderna sociologia econômica. O autor herdou, da sociologia, um aparato teórico-metodológico bem desenvolvido sobre redes, que pode ser associado a novos instrumentos de análise e processamento de informações. Para Steiner (2005), a sociologia econômica responde ao desafio lançado por Schumpeter sobre a necessidade de uma fertilização cruzada entre a economia e a sociologia, após tanto tempo de especialização.

Granovetter (1973, 2003) retoma proposições de Simmel (1955, 1971), quando vislumbra, no empreendedor, um indivíduo que conecta e interage com diferentes grupos ou redes sociais. Ao analisar o poder dos laços fracos, Granovetter (1973) concebe dois tipos de laços capazes de unir os indivíduos: (a) fortes, encontrados em grupos sociais mais próximos, coesos e unidos, capazes de gerar solidariedade e promover a confiança, e; (b) fracos, encontrados em estruturas sociais mais fragmentadas e porosas, capazes de conectar um indivíduo a diferentes realidades, permitindo o acesso a informações diferenciadas. Observa o autor a importância dos laços fracos para os empreendedores, ao afirmar que “indivíduos com poucos laços fracos estariam privados da informação de partes distantes do sistema social e, como tal, confinados a novidades e visões provincianas de seus amigos próximos” (Granovetter, 1973, p. 1368).

Muitos dos recursos necessários à construção dos empreendimentos encontram-se enraizados no interior de distintas estruturas de relacionamentos. A partir de seus laços com diferentes grupos sociais, empreendedores são capazes de obter informações sobre oportunidades de negócios; identificar possibilidades de parcerias; acessar recursos valiosos; chegar a novos clientes e mercados; usufruir de solidariedade, apoio, etc.

Posteriormente, Granovetter (1985) amplia suas proposições teóricas, introduzindo o conceito de *embeddedness* (imersão, enraizamento, inserção), inicialmente utilizado por Polanyi (1985). Esse

conceito baseia-se em duas dimensões distintas, embora complementares – imersão relacional e imersão estrutural. A primeira, mais específica, diz respeito à estrutura de relações pessoais de um determinado ator social. Tais relações são capazes de afetar, mais diretamente, as iniciativas econômicas desse ator e seus respectivos resultados. A segunda, mais abrangente e sutil, diz respeito à estrutura social mais ampla, na qual um determinado ator encontra-se inserido. No contexto de interesse do presente trabalho, isso significa que, para se compreender, de maneira mais completa, o comportamento de um empreendedor, é necessário conhecer suas estruturas de relacionamentos pessoais e a maneira como essas se inserem em uma estrutura mais ampla de relações sociais.

Para Granovetter (1985), não apenas as transações econômicas como, também, suas instituições emergem e desenvolvem-se no interior das redes de relacionamentos interpessoais. Nesse contexto, incluem-se os empreendimentos humanos e suas empresas, que são resultantes de construções sociais levadas a cabo por empreendedores. Observa-se que, enquanto a teoria econômica clássica ou neoclássica não se interessa pelo empreendedor, a sociologia econômica coloca esse ator no cerne do processo de construção social de empresas e indústrias. Diferentes estudos vêm se debruçando sobre tais temas (Aldrich & Cliff, 2008; Aldrich & Zimmer, 1986; Burt, 1992; Martinelli, 2009; Molma, Whithama, & Melamed, 2012; Uzzi, 1997; Zalio, 2011).

Burt (1992) recorre, inicialmente, às proposições sobre os laços fracos de Granovetter para conceber sua teoria da estrutura social da competição, baseada no conceito de buraco ou vazio estrutural e assentada no papel do empreendedor. Para o autor, o indivíduo que possui laços fracos é capaz de conectar-se a diferentes grupos/redes sociais dispersos e separados entre si. Tal indivíduo, no mundo dos negócios, encontra-se em posição de vantagem em relação aos demais. Os buracos estruturais representam espaços livres de conexões, existentes entre diferentes grupos ou redes de relacionamentos sociais, dotados, por natureza, de recursos diferenciados. Dada a ausência de conexões entre essas redes, não existe fluxo de informações entre elas. O indivíduo capaz de romper tais vazios ocuparia uma posição privilegiada. Ele seria o equivalente ao *tertius gaudens* de Simmel (1955). Ou seja, o terceiro ator que se beneficia da desunião de outros. Para Burt (1992, p. 30), “o papel do *tertius* é útil porque define negociações bem-sucedidas em termos da estrutura social da situação na qual a negociação ocorre”. Pondera o autor que “buracos estruturais representariam o lócus para a estratégia do *tertius*” (p. 33). O *tertius* é capaz de usufruir dos benefícios de conectar duas redes ou grupos sociais. Sua posição inicial de exclusividade, sobre os demais indivíduos aí presentes, garante-lhe privilégios negociais. Ele é o empreendedor, por excelência. Pode ser tanto um indivíduo quanto uma organização.

Observa-se que a vertente da sociologia clássica associa o empreendedor a um ator social individual, da mesma maneira, Granovetter, em algumas de suas obras (1973, 2003). Porém Burt (1992), de forte inspiração econômica, já dota seu conceito de certa amplitude, ao associar o empreendedor a um ator que pode ser tanto individual como coletivo (empresa).

Considerações Finais

Como abordado, cada uma das cinco vertentes de investigações ensejou o desenvolvimento de um campo rico e estruturado de conhecimentos sobre determinadas facetas do empreendedor, como um ator diferenciado (individual ou coletivo). Seus respectivos eixos teóricos podem ser observados a seguir (Figura 1).

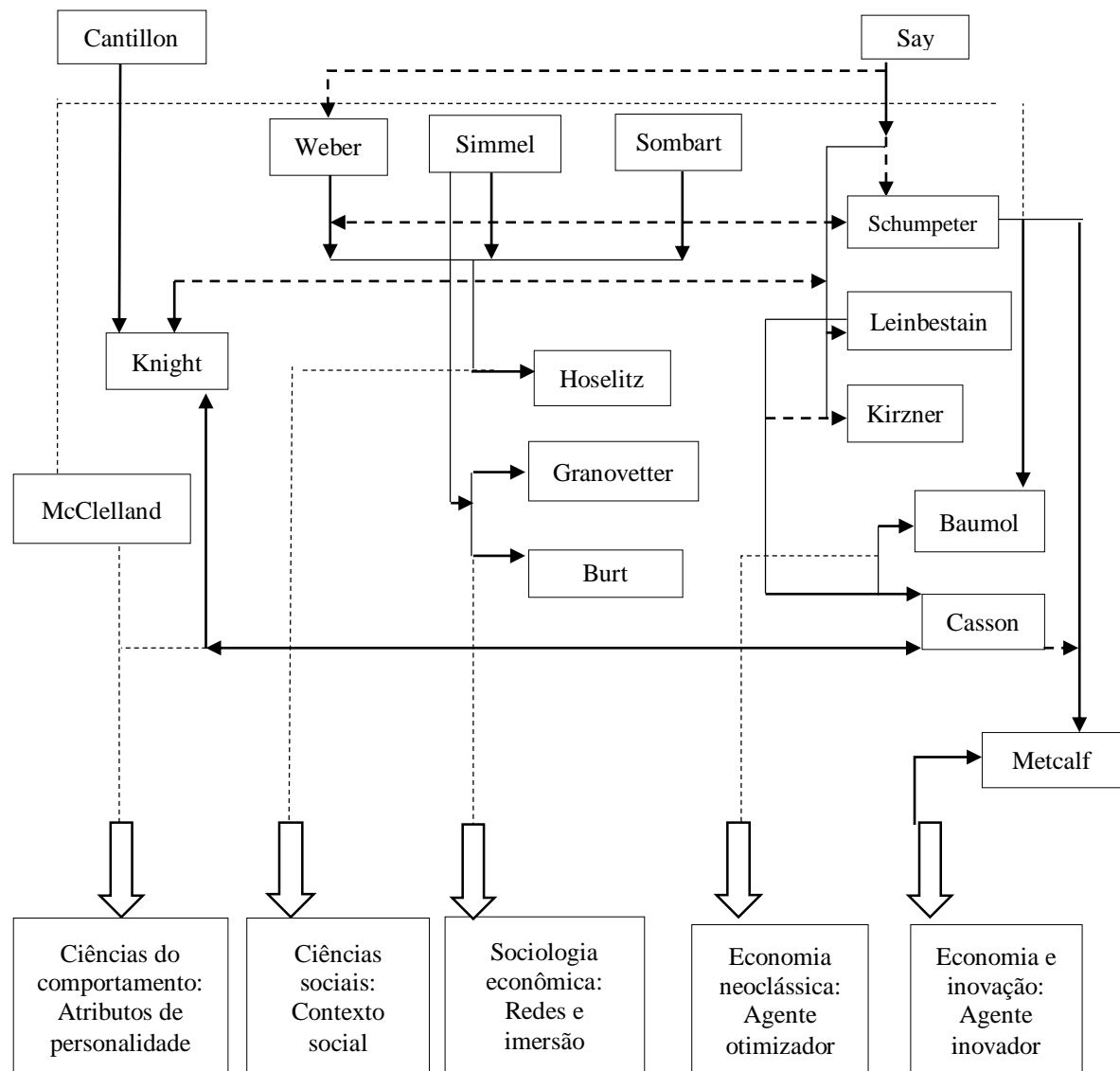


Figura 1. Principais Perspectivas Teóricas Sobre o Empreendedor e suas Interconexões.

Enquanto as abordagens derivadas da economia, da inovação e da psicologia enfocam características individuais, inerentes a um determinado ator, as da sociologia e da sociologia econômica enfatizam elementos de um dado contexto ou estrutura social. Apesar das diferenças de concepções e abordagens, existem muitos pontos de sintonia e convergência entre os autores. Além disso, alguns reconheceram a necessidade de extrapolar os limites restritos de seus campos, sugerindo abordagens mais interdisciplinares (Kirzner, 1979; Knight, 2009; Schumpeter, 1971).

Como observado, Weber (1958) não deixou de considerar o caráter inovador do empreendedor, foco central das proposições de Schumpeter (1971, 1991). A capacidade de inovação do empreendedor também foi observada por outro economista, Knight (2009). Mas foi Say (2008) quem, originalmente, introduziu tal proposição. Existe sintonia entre a proposição de Say (2008) e a de Leinbestein (1968) e Granovetter (1973), do empreendedor como um intermediador, ou mesmo com a de Kirzner (1979), do empreendedor como alguém sempre alerta a oportunidades, neste caso, em particular, a de associar diferentes locais ou regiões na condução de seu negócio.

Embora Schumpeter (1971, 1991) não compartilhe com Kirzner (1979) da proposição de que o empreendedor é um agente que promove o equilíbrio no mercado – visto que, para Schumpeter, o empreendedor é um agente que desencadeia o desequilíbrio – os dois, por caminhos diferentes, sentiram

a necessidade de uma maior integração entre a economia e a psicologia. Da mesma maneira, Knight (2009), que julgava importante se caminhar em direção à psicologia. McClelland (1971), vai se destacar nesta última vertente ao situar a necessidade de realização pessoal como a força motriz do crescimento econômico. Tanto para Schumpeter (1971, 2005) quanto para McClelland (1971), as forças desencadeadoras de desenvolvimento são endógenas ao sistema e são representadas pela figura emblemática do empreendedor. Tal proposição é compartilhada por Baumol (2010), que vislumbra, no empreendedor inovador, o agente capaz de ampliar as fronteiras das possibilidades de produção de uma dada economia.

Para Hoselitz (1951), assim como para McClelland (1971), são, em última análise, os valores sociais que modelam o espírito empreendedor. Mas Hoselitz encontra, entre os grupos sociais marginalizados, o ímpeto da mudança. A observação que empreendedores pertencem a estratos sociais periféricos encontra também ressonância nos pensamentos de Schumpeter (1971), que vislumbra, na marginalização social, uma possível fonte de empreendedorismo. Weber (1958) também não deixou de considerar, como força motriz da atividade empreendedora, a busca por inserção social. Mas a noção da importância que aquele que se lança ao empreendedorismo imputa a necessidade de inserção e o reconhecimento social fica evidente, sobretudo, nos trabalhos pioneiros de Sombart (2002) e Simmel (2006). Sombart, assim como Weber, estava preocupado em entender a dinâmica inicial do capitalismo. Para isso recorre a observações sobre a capacidade empreendedora de certos grupos, motivados por aspirações de afirmação social. Da mesma maneira, Simmel e, de certa forma, também Granovetter (2005a), no seu estudo sobre empreendedorismo étnico.

Em face da diversidade das vertentes teóricas existentes e atual proliferação de diferentes tipos de pesquisas, alguns autores enfatizam a necessidade de se definir e aprofundar-se em certos temas. Para Gartner (2001, p. 27), por exemplo, “o campo do empreendedorismo necessita desenvolver comunidades de estudiosos identificados com questões e temas específicos de pesquisas”. Outros, todavia, como Starr e MacMillan (1991), enfatizam a necessidade de maior integração entre diferentes abordagens. Para eles, o desafio dos investigadores seria o de associar abordagens de natureza mais micro com aquelas de natureza mais macro. E há aqueles, como Sexton e Smilor (1997), que criticam, especificamente, a negligência de algumas abordagens correntes que, na visão deles, vislumbriam os empreendedores, exclusivamente, como tomadores autônomos de decisões, desconsiderando, portanto, toda uma linha de raciocínio que incorpora o empreendedor em um dado contexto ou conjuntura social.

De fato, observa-se que, se alguns pensadores distinguem o empreendedor enfatizando diferentes tipos de atributos ou características pessoais – como talento, motivação, capacidade de perseguir objetos, de assumir riscos, capacidade de inovação, etc., outros, por sua vez, incorporam a importância do contexto ou da estrutura social – introduzindo variáveis como religião, etnia, a inserção em um dado grupo ou rede social, etc. Acredita-se que uma associação entre essas abordagens seja não apenas possível como, também, necessária.

Veja o caso do empreendedor de Burt (1992). Para que ele possa identificar e explorar buracos estruturais, ele não apenas necessita estar bem-posicionado no mercado – como defendido pelo autor – como, também, deve estar atento às oportunidades (Kirzner, 1979) ou ser capaz de trabalhar com a incerteza (Knight, 2009) – ou possuir atributos individuais diferenciados – preocupação de McClelland (1971). Agora, vejamos o caso do empreendedor de Granovetter (1973, 2003). Ele necessita não apenas estar inserido em uma sociedade heterogênea, com conexões entre grupos/redes distintos – como proposto pelo autor – assim como ser dotado de certos atributos pessoais que o predisponham ao empreendedorismo. Diferentemente do que afirmou McClelland (1971), fatores externos ou exógenos são tão importantes quanto fatores internos ou endógenos. Diferentemente do que defendeu Burt (1992), a competição não é, meramente, um problema de relações, mas, também, de atributos dos jogadores.

Observa-se, como característica marcante de novas abordagens atualmente em gestação sobre o empreendedor, a capacidade de integrar diferentes concepções teóricas no contexto de uma plataforma teórica específica. No contexto da visão baseada em recursos e capacidades, N. J. Foss, Klein, Kor e Mahnoy (2008) identificam o empreendedor como um indivíduo dotado de conhecimentos, que atua como fonte de criatividade em um grupo integrado, onde a capacidade de julgamento é essencial. Nota-

se aí a influência de proposições de Schumpeter (1971, 1991), integradas às literaturas sobre interação e redes sociais (Granovetter, 1973, 1985, 2007), atributos pessoais (Hagen, 1962) e capacidade de julgamento (Knight, 2009). A integração pode ser observada também no caso das teorias evolucionárias, que abordam o tema.

Grebel *et al.* (2001), por exemplo, recorrem a proposições de Schumpeter (1969), Kirzner (1979) e Knight (2009), associando-as com os neoschumpeterianos e as redes sociais (Granovetter, 1973), na elaboração de uma concepção teórica centrada no ator. Para eles, o empreendedor é um ator heterogêneo, dotado de racionalidade limitada, dono de um conjunto específico de dotações – em que se inclui o espírito empreendedor. Suas dotações, sua capacidade de julgamento da situação econômica e suas redes sociais desencadeiam seu comportamento empreendedor para criar um empreendimento. Aldrich e Martinez (2001), por sua vez, adotam uma linha diferente. Procuram desmistificar a ênfase na figura do empreendedor, inclusive desacoplando-a do tema da inovação (Schumpeter, 1971). Embora reconhecendo que empreendedores se utilizam de conhecimentos, redes e recursos para construir seus empreendimentos, distinguem o processo e o contexto (ambiente) e suas consequências em termos de resultados.

Independente das diferenças, todos eles, de uma maneira ou outra, recorrem a raízes intelectuais variadas ao enfocarem o tema do empreendedor. As lições das novas concepções teóricas nascentes, associadas aos diálogos e anseios dos clássicos e às críticas de pesquisadores atuais sobre a ausência de maior integração na área, sinalizam para a importância de abordagens mais interdisciplinares na área. Futuras pesquisas poderiam buscar associar abordagens de natureza mais micro – enfocando atributos individuais – com meso – inserindo o tema das estruturas e redes sociais – ou macro – enfatizando o contexto social do empreendedor.

Agradecimentos

A autora agradece as contribuições do Prof. Philippe Steiner, da Université de Paris-Sorbonne, às reflexões que levaram ao ensaio teórico.

Referências

- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venture, 18*(5), 573-596. doi: 10.1016/S0883-9026(03)00011-9
- Aldrich, H. E., & Martinez, M. A. (2001). Many are called, but few are chosen: an evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice, 24*(4), 41-56.
- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. Sexton & R. Smiler (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). New York: Ballinger.
- Anderson, S. E. (2011, October). From the Schumpeterian entrepreneur toward modern evolutionary economics: Schumpeter's core work revisited. *Proceedings of the Association for Evolutionary Political Economy Conference on Schumpeter Heritage*, Viena, Austria.
- Baum, J. P., Frese, M., Baron, R. A., & Katz, J. A. (2007). Entrepreneurship as an area of psychology study: an introduction. In J. P. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship* (pp. 1-18). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers.
- Baumol, W. J. (2010). *The microtheory of entrepreneurship*. Princeton; Oxford: Princeton University Press.

- Blackburn, R. (2011). Book review of unmasking the entrepreneur by Campbell Jones, C. & Spicer, A. *Management Learning*, 42(1), 121-124. doi: 10.1177/13505076110420010703
- Braudel, F. (1982). *The wheels of commerce: civilization e capitalism 15th-18th century* (Vol. 2). New York: Harper & Row, Publishers.
- Burt, S. R. (1992). *Structural holes: the social structure of competition*. Cambridge, MA; London, England: Harvard University Press.
- Cantillon, R. (1964). *Essai sur la nature du commerce en général* (Rev. Ed.). New York: Augustus M. Kelley.
- Casson, M. C. (2003). *The entrepreneur: an economic theory*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Echaudemaison, C. D. (Coord.). (1996). *Les grands textes de l'économie e de la sociogie*. Paris: Nathan.
- Foss, K., Foss, N. J., & Klein, P. G. (2007). Original and derived judgment: an entrepreneurial theory of economic organization. *Organization Studies*, 28(12), 1893-1912. doi: 10.1177/0170840606076179
- Foss, N. J., Klein, P. G., Kor, Y. Y., & Mahoney, J. T. (2008). Entrepreneurship, subjectivism, and the resource-based view: towards a new synthesis. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 73-94. Retrieved from <http://www.hadjarian.com/esterategic/tarjomeh/88-1/keymanesh.pdf>. doi: 10.1002/sej.41
- Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gartner, W. B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 27-41.
- Gartner, W. B., & Shane S. A. (1995). Measuring entrepreneurship over time. *Journal of Business Venturing*, 10(4), 283-301. doi: 10.1016/0883-9026(94)00037-U
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. doi: 10.1086/225469
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. doi: 10.1086/228311
- Granovetter, M. (2003). La sociologie économique des entreprises e des entrepreneurs. *Terrain & Travaux*, 4, 167-206.
- Granovetter, M. (2005a). The economic sociology of firms and entrepreneurs (2000). Entrepreneurship. In A. Portes (Ed.), *The economic sociology of immigration* (pp. 128-165). Nova York: Russell Sage Foundation.
- Granovetter, M. (2005b). The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50. doi: 10.1257/0895330053147958
- Granovetter, M. (2007). Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE Eletrônica*, 6(1). Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v6n1/a06v6n1.pdf>. doi: 10.1590/S1676-56482007000100006
- Granovetter, M. (2008). *Sociologie économique*. Paris: Seuil.
- Grebel, T., Pyka, A., & Hanusch, H. (2001). An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. [Working paper]. *Department of Economics, University of Augsburg*, Augsburg, Germany.

- Hagen, E. E. (1962). *On the theory of social change*. Homewood, Illinois: Dorsey Press.
- Hebert, R. F., & Link, A. N. (2011). A history of entrepreneurship [Special Issue]. *International Journal of Business and Social Science*, 2(9), 241- 258.
- Hoselitz, B. F. (1951). The early history of entrepreneurial theory. *Explorations in Entrepreneurial History*, 3(4), 234-256.
- Hoselitz, B. F. (1957). Noneconomic factors in economic development. *The American Economic Review*, 47(2), 28-41.
- Hoselitz, B. F. (1959). Small industry in underdeveloped countries. *The Journal of Economic History*, 19(4), 600-618.
- Hung, H., & Mondejar, R. (2005). Corporate director and entrepreneurial innovation: an empirical study. *Journal of Entrepreneurship*, 14(2), 117-129. doi: 10.1177/097135570501400203
- Jones, G., & Wadhvani, D. R. (2006). Entrepreneurship and business history: renewing the research agenda [Working Paper n° 07-007]. *Harvard Business School*. Boston, MA, USA. Retrieved from <http://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=22142>
- Kilby, P. (1971). Hunting the heffalump. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 1-40). New York, NY: Free Press.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Knight, F. H. (2009). *Risk, uncertainty and profit*. Orlando: Signalman Publishing.
- Kor, Y. Y., Mahoney, J. T., & Michael, S. C. (2007). Resources, capabilities and entrepreneurial perceptions. *Journal of Management Studies*, 44(7), 1187-1212. doi: 10.1111/j.1467-6486.2007.00727.x
- Leinbestein, H. (1968). Entrepreneur and development. *The American Economic Review*, 58(2), 72-84.
- Littré, E. (2005). *Le nouveau littré: édition augmentée du petit littré* (Rev. Ed.). Paris: Rue des Ecoles.
- Loader, C. (2001). Puritans and Jews: Weber, sombart and the transvaluators of modern society. *Canadian Journal of Sociology*, 26(4), 635-653. doi: 10.2307/3341495
- Lohrke, F. H., & Landström, H. (2012). *Historical foundation of entrepreneurship research*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Macdonald, R. (1971). Schumpeter and Max Weber: central visions and social theories. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 43-71). New York: The Free Press.
- Marshall, A. (1972). *Principles of economics*. London: Macmillan.
- Martinelli, A. (2009). Contexto do empreendedorismo. In A. C. B. Martes (Org.), *Redes e sociologia econômica* (pp. 207-238). São Paulo: Edufscar.
- McClelland, D. C. (1971). The achievement motive in economic growth. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 109-122). New York: The Free Press.
- McClelland, D. C. (1972). *A sociedade competitiva*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura
- Metcalf, J. S. (2004). The entrepreneur and the style of modern economics. *Journal of Evolutionary Economics*, 14(2), 157-175. doi: 10.1007/s00191-004-0210-3

- Molma, L. D., Whithama, M. M., & Melamed, D. (2012). Forms of exchange and integrative bonds: effects of history and embeddedness. *American Sociological Review*, 77(1), 141-165. doi: 10.1177/0003122411434610
- Nogueira, A. V. (2004). Werner Sombart. *Análise Social*, XXXVIII(169), 1125-1151.
- Parker, B. S. (2009). *Economics of self-employment and entrepreneurship*. Cambridge: University Press.
- Polanyi, K. (1985). The economy of instituted process. In M. Granovetter & R. Swedgerg (Eds.), *The sociology of economic life* (pp. 29-50). San Francisco: Westview.
- Quesnay, F. (1888). *Oeuvres économiques et philosophique*. Paris: J. Baer.
- Rizzo, M., & White, L. H. (2003). *Foundations of the market economy*. London: Routledge.
- Sautet, F. E. (2000). *An entrepreneurial theory of the firm*. London: Routledge.
- Say, J. B. (2008). *A treatise on political economy* (6th ed.). New York: Sentry Press.
- Sexton, D. L., & Smilor, R. W. (Eds.). (1997). *Entrepreneurship 2000*. Chicago: Upstart Publishing.
- Schatz, S. P. (1971). On achievement and economic growth: a critical appraisal. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 183-190). New York: The Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1959). *Teoria do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.
- Schumpeter, J. A. (1969). *Business cycles* (Vol. 1). New York: McGraw Hill Books.
- Schumpeter, J. A. (1971). The fundamental phenomenon of economic development. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 43-71). New York: The Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1991). Comments on a plan for the study of entrepreneurship. In R. Swedgerg (Ed.), *Joseph A. Schumpeter: the economics and sociology of capitalism* (pp. 406-428). Princeton: Princeton University Press.
- Schumpeter, J. A. (2005). Development. *Journal of Economic Literature*, XLIII, 112-120.
- Simmel, G. (1955). *The web of group affiliation*. New York: The Free Press.
- Simmel, G. (1971). *On individuality and social forms*. Chicago: University of Chicago Press.
- Simmel, G. (2006). *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda.
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. London: W. Strahan.
Retrieved from <http://books.google.bg/books?id=C5dNAAAACAAJ&pg=PP7#v=onepage&q&f=true>
- Sombart, W. (2002). *Le bourgeois: contribution à l'histoire morale et intellectuelle de l'homme économique moderne* (Premier livre et deuxième livre). Quebec: Macintsh.
- Starr, J. A., & MacMillan, I. C. (1991). Entrepreneurship, resource cooptation, and social contracting. In A. Etzioni & P. R. Lawrence (Eds.), *Socio-economics: toward a new synthesis. Studies in socio-economics* (pp. 167-184). London: Sharpe.
- Steiner, P. (2005). Le marché selon la sociologie économique [Working Papers n° 6]. *Universidade Técnica de Lisboa*, Lisboa, Portugal.
- Sumpf, J., & Hugues, M. (1973). *Dictionnaire de sociologie*. Paris: Larousse.

- Swedger, R. (1991). *Josef A. Schumpeter: the economics and sociology of capitalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25(1), 19-46. doi: 10.1146/annurev.soc.25.1.19
- Trigilia, C. (2002). *Economic sociology: state, market, and society in modern capitalism*. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishing.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-65.
- Vérin, H. (2011). *Entrepreneur et entreprise: histoire d'une idée*. Paris: Guillaume Arnoud.
- Volery, T. (2007). Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework. In L.-P. Dana (Ed.), *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship* (pp. 30-41). Cheltenham: Edward Elgar.
- Weber, M. (1958). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. New York: Charles Scribner's Son.
- Wood, C. R. (2006). Asking the entrepreneur: an enquiry into entrepreneurial behavior personal construct. *Theory & Practice*, 3(1), 1-12.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and dynamic capabilities: a review, model and research agenda. *Journal of Management Studies*, 43(4), 917-955. doi: 10.1111/j.1467-6486.2006.00616.x
- Zalio, P. P. (2011). Sociologie économique des entrepreneurs. In P. Steiner & F. Vatin (Eds.), *Traité de sociologie économique* (pp. 573-607). Paris: Puf.