

**FERNANDA MARIA FELÍCIO MACEDO BOAVA**

**ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO NA  
INCUBADORA TECNOLÓGICA DE MARINGÁ, A PARTIR DA  
FENOMENOLOGIA SOCIAL DE ALFRED SCHÜTZ**

Londrina  
2007

**FERNANDA MARIA FELÍCIO MACEDO BOAVA**

**ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO NA  
INCUBADORA TECNOLÓGICA DE MARINGÁ, A PARTIR DA  
FENOMENOLOGIA SOCIAL DE ALFRED SCHÜTZ**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPA-UEL/UEM), área de concentração: Gestão de Negócios, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Linha de pesquisa: Empreendedorismo

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Elisa Yoshie Ichikawa

Londrina  
2007

**Catálogo na publicação elaborada pela Divisão de Processos Técnicos da  
Biblioteca Central da Universidade Estadual de Londrina.**

**Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**

B662e	<p>Boava, Fernanda Maria Felício Macedo. Estudo sobre o empreendedorismo na incubadora tecnológica de Maringá, a partir da fenomenologia social de Alfred Schütz / Fernanda Maria Felício Macedo Boava. – Londrina, 2007. 154f. : il.</p> <p>Orientador: Elisa Yoshie Ichikawa. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual de Londrina, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2007. Bibliografia: f. 119-129.</p> <p>1. Empreendedorismo – Fenomenologia – Teses. 2. Incubadoras de empresas – Maringá (PR) – Teses. 3. Empresários e inovações tecnológicas – Teses. I. Ichikawa, Elisa Yoshie. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Estudos Sociais Aplicados. Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Universidade Estadual de Maringá. IV. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDU 658.012.4</p>
-------	---

**FERNANDA MARIA FELÍCIO MACEDO BOAVA**

**ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO NA  
INCUBADORA TECNOLÓGICA DE MARINGÁ, A PARTIR DA  
FENOMENOLOGIA SOCIAL DE ALFRED SCHÜTZ**

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

Elisa Yoshie Ichikawa  
Orientadora – PPA/UEM

---

Fernando Antônio Prado Gimenez  
Convidado – UNICENP

---

Paulo da Costa Lopes  
Membro – PPA/UUEL

Londrina, 04 de maio de 2007.

## **DEDICATÓRIA**

A Diego Boava; ser livre  
e eterno apaixonado pelo saber.

## AGRADECIMENTOS

A **Deus**, que por seu infinito amor concedeu-nos o livre-arbítrio.

A querida Professora **Elisa**, a quem dedico uma admiração incondicional, por apresentar uma inteligência que está além das idéias e dos conhecimentos positivos. Minha eterna gratidão pelas orientações e por me aceitar como sou.

Ao meu amado **Diego**, fonte inesgotável de inspiração. Metade perdida no corte.

A minha **família**, pelo amor, apoio, incentivo e estabilidade.

Ao Professor **Paulo**, pelas valorosas contribuições e singular alegria.

A Professora **Cristiane**, pela sabedoria ao escolher viver intensamente a existência.

Aos **docentes** do Programa de Mestrado UEM-UEL, pelos ensinamentos.

Aos **empresários** da Incubadora Tecnológica de Maringá, pela colaboração.

Ao **Francisco**, pela amizade e paciência.

Ao **Romério, Jorge e Jaime**, queridos mestres e companheiros de luta.

*"Sábio é aquele que conhece os limites da própria ignorância."*

**Sócrates**

*"Uma vida não questionada não merece ser vivida."*

**Platão**

*"Você faz suas escolhas e suas escolhas fazem você."*

**Shakespeare**

*"Aquilo que não me destruir me tornará mais forte."*

**Nietzsche**

BOAVA, F. M. F. M. **Estudo sobre o empreendedorismo na incubadora tecnológica de Maringá, a partir da fenomenologia social de Alfred Schütz.** 2007. 154f. Dissertação (Mestrado em administração) – Universidade Estadual de Londrina. Londrina, 2007.

## RESUMO

O empreendedorismo vem se consolidando como uma atividade marcante no meio empresarial contemporâneo, por ser capaz de impulsionar a criação de empresas de caráter inovador. Nesse cenário, passa a despertar o interesse da comunidade científica, que pesquisa tal atividade considerando, primordialmente, seus aspectos econômicos e/ou comportamentais. Todavia, o presente trabalho visa abordar o empreendedorismo em uma perspectiva distinta, a partir dos pressupostos da fenomenologia social. Dessa forma, pretende-se discutir o empreendedorismo a partir do significado que os empreendedores da Incubadora Tecnológica de Maringá atribuem a esse fenômeno. Para isso, investiga-se os motivos “para” e “motivos porque” presentes na ação empreendedora. Tais motivos conduzirão à construção de um esquema interpretativo típico ideal do empreendedorismo. A relevância desse estudo consiste em abordar o empreendedorismo como um fenômeno que existe em função da sociedade, podendo evidenciar que a sua essência transcende os limites da individualidade, posto que o pensamento fenomenológico social se fundamenta na consciência da existência do outro. Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com seis empresários da Incubadora Tecnológica de Maringá, sendo os dados analisados a partir dos pressupostos da abordagem fenomenológica de Sanders (1982), que procura tornar explícita a estrutura e o significado implícito da experiência humana. Conclui-se que o significado da ação empreendedora não é algo isolado, estando vinculado a vários fatores relacionados ao curso da vida do empreendedor. Assim, a ação não se encontra estática na incubadora, considerando que o seu mentor, o empreendedor que lhe confere significado, é um ser social que está em contínuo processo de construção e interação com os demais.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedor. Fenomenologia social. Tipo ideal.

BOAVA, F. M. F. M. **A study about the entrepreneurship at the technological incubator of Maringá, from the social phenomenology of Alfred Schütz.** 2007. 154f. Dissertation (Master's Degree in Business Administration) – Universidade Estadual de Londrina. Londrina, 2007.

## **ABSTRACT**

The entrepreneurship has been consolidating itself as an outstanding activity in the current business milieu, for its capability to boost the creation of innovating character businesses. In this scenario, it starts to interest the scientific community that surveys such an activity, considering mainly its economical and/or behavioral aspects. However, the current work aims to approach the entrepreneurship in a distinctive perspective, from the principles of the social phenomenology. This way, we intend to discuss the entrepreneurship from the meaning that the entrepreneurs from the Technology Incubator of Maringa associate to this phenomenon. For that, investigated the reasons “to” and “why” present in the entrepreneurship action motives. Such motives will lead to a construction of an ideal and typical interpretation scheme of entrepreneurship. The relevance of this study consists in approaching the entrepreneurship as a phenomenon that exists because of the society, and it can evidence that its essence transcends the individual limits, because the phenomenological thought is based on the conscience of the existence of the other individual. Semi-structured interviews were conducted with six entrepreneurs of the Technological Incubator of Maringa, and the data were analyzed from the principles of the phenomenological approach of Sanders (1982), that tries to become explicit the structure and the implicit meaning of the human experience. We conclude that the meaning of the entrepreneurship action is not something isolated, and it is connected to several factors related to the course of the entrepreneur's life. So, the action is not static at the incubator, considering that its mentor, the entrepreneur, that conveys a meaning, is a social being who is in a permanent construction process and interacting with the others.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneur. Social phenomenology. Ideal type.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b>	–	Enfoque de pesquisas sobre empreendedorismo .....	24
<b>Quadro 2</b>	–	Natureza do empreendedorismo .....	25
<b>Quadro 3</b>	–	Perspectivas analíticas do empreendedorismo .....	29
<b>Quadro 4</b>	–	Características comportamentais empreendedoras (CCE'S) .....	36
<b>Quadro 5</b>	–	Pensamentos e ações empreendedoras .....	38
<b>Quadro 6</b>	–	Suporte a formação da visão empreendedora .....	40
<b>Quadro 7</b>	–	Síntese das escolas de pensamento acerca do empreendedorismo .....	41
<b>Quadro 8</b>	–	Tipos de empreendedores .....	48
<b>Quadro 9</b>	–	Níveis de pesquisa .....	49
<b>Quadro 10</b>	–	Diferenças entre administrador e empreendedor .....	52
<b>Quadro 11</b>	–	Requisitos para criação de uma incubadora de empresas.....	83
<b>Quadro 12</b>	–	Tipos de incubadoras brasileiras.....	85
<b>Quadro 13</b>	–	Recorrência das unidades temáticas .....	107

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Processo de formação da visão empreendedora .....	39
<b>Figura 2</b> – Pólos metodológicos.....	68
<b>Figura 3</b> – Objetivos da incubadora de empresas .....	83
<b>Figura 4</b> – Localização da cidade de Maringá .....	93
<b>Figura 5</b> – Intersubjetividade na ação empreendedora.....	110
<b>Figura 6</b> – Esquema interpretativo típico ideal do empreendedorismo .....	113

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b>	–	Progressão do número de incubadoras no Brasil entre 1988-2005.....	81
<b>Gráfico 2</b>	–	Área de atuação das incubadoras em operação em 2005.....	86
<b>Gráfico 3</b>	–	Existência de programas de pré-incubação.....	90
<b>Gráfico 4</b>	–	Número de incubadoras por fase de constituição.....	92

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	18
1.2 RELEVÂNCIA.....	19
1.3 OBJETIVOS.....	20
1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO .....	21
<b>2 EMPREENDEDORISMO</b> .....	22
2.1 DEFININDO EMPREENDEDORISMO.....	22
2.2 A PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO .....	26
2.2.1 Explicação .....	29
2.2.1.1 Economistas.....	30
2.2.1.2 Comportamentalistas.....	34
2.2.2 Compreensão.....	42
2.2.3 Explicação x Compreensão.....	47
2.3 O EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.....	50
<b>3 SOBRE O MÉTODO</b> .....	54
3.1 FENOMENOLOGIA.....	54
3.2 SOCIOLOGIA COMPREENSIVA .....	56
3.3 FENOMENOLOGIA SOCIAL .....	58
3.3.1 Fundamentos – Intersubjetividade no Mundo da Vida .....	59
3.3.2 A Motivação Presente na Ação Social.....	62
3.3.3 O Tipo Ideal na Pesquisa Social .....	65
<b>4 TRAJETÓRIA DA PESQUISA</b> .....	70
4.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA .....	70
4.2 PERGUNTAS DE PESQUISA.....	72
4.3 SUJEITOS DA INVESTIGAÇÃO .....	73
4.4 COLETA DE DADOS .....	73
4.5 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS.....	75

<b>5 INCUBADORA DE EMPRESAS</b> .....	79
5.1 ORIGEM E CONCEITUAÇÃO DE INCUBADORA .....	79
5.2 TIPOS DE INCUBADORA.....	84
5.3 PROCESSO DE INCUBAÇÃO .....	88
5.4 INCUBADORA TECNOLÓGICA DE MARINGÁ .....	92
<b>6 ANÁLISE DA AÇÃO EMPREENDEDORA</b> .....	95
6.1 APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DAS UNIDADES TEMÁTICAS .....	96
6.2 SÍNTESE DAS UNIDADES DE SIGNIFICAÇÃO .....	105
6.3 OS MOTIVOS DA AÇÃO EMPREENDEDORA.....	107
6.4 ESQUEMA INTERPRETATIVO TÍPICO IDEAL DO EMPREENDEDORISMO.....	111
<b>7 CONCLUSÃO</b> .....	116
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	119
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b> .....	128
<b>APÊNDICES</b> .....	130
Apêndice I – Alfred Schütz .....	131
Apêndice II – O Dizer dos Empreendedores .....	134
<b>ANEXO</b> .....	140
Anexo I – Estatuto da Incubadora de Base Tecnológica de Maringá .....	141

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, as discussões acerca do empreendedorismo e seus desdobramentos encontram-se em voga, devido principalmente às indicações que apontam ser o empreendedorismo um dos mais significativos fatores críticos de sucesso para o desenvolvimento econômico, geração de renda e riqueza para as nações.

Devido a esses fatores críticos foram criados vários programas e órgãos de apoio à prática empreendedora. Dentre esses, pode-se citar as incubadoras de empresas que visam gerar um ambiente propício para o desenvolvimento de ações empreendedoras, através do incentivo à inovação. Segundo Smilor (1987, p.146) a incubadora procura unir efetivamente talento, tecnologia, capital e conhecimento para alavancar o talento empreendedor, acelerar a comercialização de tecnologia e encorajar o desenvolvimento de novas empresas.

Dessa forma, o empreendedorismo se estabelece como um fenômeno marcante na cultura empresarial da sociedade contemporânea, por ser capaz de impulsionar a criação de empresas de caráter inovador. Assim, sob essa perspectiva, observa-se o fortalecimento de uma relação entre empreendedorismo e crescimento econômico.

Tal relação acaba por transcender o cenário do ambiente de mercado, despertando o interesse da comunidade acadêmica, passando a constituir um objeto de pesquisa e/ou ensino em diversas universidades brasileiras e estrangeiras. Em âmbito nacional, especificamente, esse interesse surge em meados da década de 1990 (DORNELAS, 2001).

Assim, o empreendedorismo, um fenômeno que já se manifestava no cerne do ambiente cotidiano ou senso comum, passa a ser investigado com rigor metodológico intrínseco à produção do conhecimento científico, ocasionando um enriquecimento na compreensão das diversas dimensões do mesmo.

Devido ao seu estreito relacionamento com o ambiente empresarial, essa temática é mais comumente abordada por pesquisadores pertencentes à área de conhecimento em administração, porém outras ciências como a sociologia, psicologia, economia e a antropologia também investigam o fenômeno em questão.

Desse modo, verifica-se que empreendedorismo apresenta um caráter multidisciplinar.

Em algumas instituições de ensino já ocorre a inclusão da disciplina de empreendedorismo em suas matrizes curriculares, na tentativa de estimular no discente o desenvolvimento de habilidades empreendedoras que irão embasar sua atividade no ambiente de negócios. Alguns países posicionam o ensino do empreendedorismo como uma prioridade nas políticas governamentais, pois vislumbram que esse é uma ferramenta indutora de inovações tecnológicas capazes de garantir ao respectivo país uma economia competitiva no mundo globalizado.

Logo, a introdução do empreendedorismo no sistema educacional ocorreu em função de uma necessidade de formação de capital intelectual voltado para a inovação, sendo que essa pode ser compreendida como a conversão de conhecimentos tecnológicos em novos produtos e processos, visando ao seu lançamento eficaz no mercado.

Para Dolabela (1999, p.7) o ensino do empreendedorismo prioriza a capacidade do ser humano de dar vida às ferramentas administrativas. Assim, no mundo contemporâneo o ser humano busca transformar a visão que apresenta da organização em que atua, pois pretende deixar de ser uma peça para ser um agente. A partir disso, a organização passa a tratar seus funcionários como seres dotados de potencialidades que precisam ser maximizadas.

Conforme visto, a questão da inovação é um fator de destaque no âmbito do empreendedorismo. Tal fato pode se justificar na existência de várias análises econômicas que reiteram que a transferência de tecnologia é a principal força motriz do crescimento econômico nos países industrializados e, simultaneamente, um relevante fator de contribuição para melhorias nos índices de desenvolvimento social. Drucker (1986, p. 25) enfatiza que:

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

Desse modo, observa-se que a inserção do empreendedorismo no ensino, via de regra, pretende atender a demanda do mercado por profissionais criativos. Para Leite (2000, p. 534):

...ao sistema de ensino superior pede-se que seja capaz de preparar futuros empreendedores para uma maior mobilidade profissional e rotatividade entre as várias opções de negócios, para as alternâncias criar-falir empreendimentos, frente à incerteza e à imprevisibilidade do mundo atual.

Por sua vez, no tocante à pesquisa sobre empreendedorismo, constata-se a existência de produções que objetivam estudar aspectos e implicações desse fenômeno que estão além de seus pontos de contato com a economia.

Isso se deve ao fato da prática empreendedora, além de questões como criação de uma nova empresa, inovação, utilização de recursos, busca de oportunidades, propensão ao risco, plano de negócios, abranger aspectos relacionados ao ser que empreende, sua determinação, criatividade, expectativas, emoções, compreensão de mundo, entre outros fatores subjetivos.

Nessa perspectiva, o processo empreendedor revela-se dinâmico e não-linear, sendo o significado do empreendedorismo atribuído por empreendedores vistos como agentes ativos que constroem uma identidade e identificam oportunidades através de suas motivações, intenções, experiências atuais e perspectivas futuras. Dessa maneira, homem, tempo e lugar tornam-se elementos essenciais desse processo (HYTTI, 2005).

Assim, a figura do empreendedor emerge como um outro fator de destaque no empreendedorismo, a exemplo da inovação. Muitos estudiosos afirmam existir um perfil determinado do agente empreendedor, sendo esse fundamental para obtenção de sucesso por parte das organizações empresariais. Na concepção de Gerber (1996, p.31), a personalidade empreendedora transforma a condição mais insignificante numa excepcional oportunidade.

Nesse cenário, a comunidade científica aborda o empreendedorismo, considerando primordialmente, seus aspectos econômicos e/ou comportamentais. Nesse âmbito, pode-se dizer que esses estudos sobre empreendedorismo tratam de temas relacionados à inovação e perfil empreendedor que podem se desdobrar em

temáticas como identificação de oportunidades de negócios, criação de empreendimentos, plano de negócios, formação empreendedora, entre outras.

Todavia, o presente trabalho busca abordar o empreendedorismo em uma perspectiva distinta da economista e comportamentalista, a partir dos pressupostos da fenomenologia social. Dessa forma, pretende-se discutir o empreendedorismo a partir do significado que os empreendedores da Incubadora Tecnológica de Maringá atribuem a esse fenômeno.

Porém, faz-se necessário destacar que para Alfred Schütz, idealizador da fenomenologia social, só é possível compreender um fenômeno a partir da **ação social** correspondente ao mesmo, ou seja, o empreendedorismo deve ser investigado segundo a ação empreendedora. A ação social é a vivência do fenômeno. Assim, justifica-se a menção à incubadora de empresas, por essa ser o meio social no qual o empresário incubado desenvolve sua ação empreendedora.

A ação nunca é isolada, desvinculada de outra ação, separada do mundo. Nesse trabalho, observar-se-á ação empreendedora realizada por empreendedores situados na sociedade. Toda ação apresenta horizontes relacionados com a realidade social do executor da mesma. Dessa forma, somente o autor sabe quando começa e termina sua ação, sendo capaz de dizer o porquê de sua existência.

Essa importância conferida pela fenomenologia social à ação se deve a sua origem, uma vez que essa forma de pensamento é resultado da tentativa de Schütz em utilizar a obra fenomenológica de Edmund Husserl para aprofundar as bases da sociologia compreensiva de Max Weber.

Nesse sentido, Schütz (1972) afirma que a ação social de Weber (1991), conduta humana projetada pelo ator de maneira consciente, tendo um significado subjetivo que lhe dá uma direção e um propósito, se torna o meio de se chegar aos traços típicos de um fenômeno social.

Tais traços típicos de um fenômeno social estão relacionados ao conceito de **tipo ideal**, que Weber (1991) apontou como a única maneira de se abordar objetivamente os objetos de estudo das ciências sociais. O tipo ideal visa tornar o fenômeno inteligível, através de uma sintetização dos traços típicos do mesmo. É um processo que coloca em evidência tudo o que há de original e específico acerca do fenômeno e da pessoa que o executa. Capalbo (1979, p.86) afirma que

...ao elaborar o tipo ideal a partir de princípios vinculados à história, Weber pretende compreender a ação social como a resultante de forças de relações sociais, ação proveniente do comportamento social que tem um significado subjetivo. Desse modo, coloca o homem como centro das atenções já que a compreensão dos significados se dá no sujeito. Considera as ações motivadas por sentimentos afetivos e as tradicionais como menos racionais, sendo as ações que se aproximam do tipo racional como as mais compreensíveis.

Segundo Schütz (1972, p. 214), os tipos ideais são esquemas interpretativos do mundo social em geral, que se voltam para o depósito de conhecimento dos homens acerca desse mesmo mundo.

Assim, a ação social se torna um importante eixo de investigação para compreensão dos fenômenos sociais, na medida em que fornece as bases para tipificação ideal dos mesmos. Mas, a partir dessa afirmação surge a indagação: como aprofundar o estudo de uma ação social?

Schütz (1972) aponta uma resposta ao elaborar a teoria dos motivos da ação, sendo esses “motivos para” e “motivos porque” realizá-la. Os “motivos para” instigam a ação social, referindo-se a algo que se quer alcançar, objetivos de um projeto. Enquanto, os “motivos porque” explicam aspectos ligados à realização do projeto. Nos dizeres de Schütz (1972, p. 281):

A compreensão típico-ideal, caracteristicamente se deduz através dos “motivos a fim de” e os “motivos porque” de um ato manifesto, identificando a meta constantemente alcançada por aquele ato, já que o ato é, por definição, tanto repetitivo, como típico. Por trás da ação, há uma pessoa que, com uma motivação de atenção típica, pretende realizar tipicamente esse ato, em suma, um tipo ideal de pessoa.

Logo, o fenômeno empreendedorismo deve ser compreendido segundo a atividade humana de criação, isto é, ação empreendedora, pois essa contém os propósitos e motivos que revelam sua existência. Dessa forma, pela teoria dos motivos é possível aprofundar na análise da ação social. O entendimento dos “motivos porque” e dos “motivos para” de uma ação é um fio condutor na pesquisa fenomenológica social (CAPALBO, 1979).

Desse modo, a partir desse referencial, no presente trabalho pretende-se discutir questões ligadas à ação empreendedora e seu significado. Para tanto, irá seguir as seguintes orientações:

### **1.1 PROBLEMA DE PESQUISA**

O empreendedorismo, conforme visto, é predominantemente abordado a partir de duas perspectivas: economista e comportamentalista, que estudam respectivamente inovação e perfil empreendedor. Porém, esse fenômeno apresenta outras dimensões inerentes à sua prática, tais como: consciência, história de vida, relações sociais do ser empreendedor.

Ao abordar o empreendedorismo deve-se considerar que o ser que empreende está inserido em uma sociedade, e, por conseguinte, partilha com outros homens uma conjuntura de experiências capazes de influenciar seu comportamento e ações.

Assim, emerge a necessidade do estudo acerca do empreendedorismo contemplar aspectos mais profundos do empreendedor, posto que são as ações do mesmo que tornam possíveis a manifestação desse fenômeno na sociedade.

Dessa forma, o empreendedorismo somente se manifesta na ação consciente do empreendedor. Por exemplo, a inovação de um processo produtivo e a criação de uma empresa constituem resultado de ações planejadas e executadas pelo ser que empreende em um dado contexto social. Nesse sentido, pode-se constatar a intrínseca relação entre o empreendedorismo e ser social.

Tal relação coloca o homem ao centro do processo empreendedor, deslocando o estudo de questões ligadas ao empreendimento (lucro, sucesso, diferencial de mercado) para um segundo momento.

Logo, reafirma-se que a base para compreensão do empreendedorismo é a ação empreendedora. A abordagem dessa ação pressupõe a descoberta dos motivos relacionados à sua execução. Esses motivos configuram o caminho para se desvelar o significado do empreendedorismo sob ótica de seu agente.

Esse significado subjetivo pode revelar o papel desenvolvido pelo empreendedorismo na sociedade, ou seja, evidenciar qual a sua importância e sentido na percepção do empreendedor. Nesse cenário, considerando essa necessidade de aprofundamento dos estudos acerca da ação empreendedora, esse trabalho apresenta a seguinte questão de pesquisa:

**Qual o significado que o empreendedor atribui ao empreendedorismo a partir dos motivos presentes em sua ação empreendedora desenvolvida no meio social da Incubadora Tecnológica de Maringá?**

A escolha da realização do estudo na Incubadora Tecnológica de Maringá se deve ao fato dessa instituição constituir um meio social propício ao desenvolvimento da ação empreendedora, pois foi criada para esse fim.

Além disso, como esse trabalho estuda a ação empreendedora **racional**, esse meio se apresenta como um *locus* no qual os empreendedores estão conscientes da prática empreendedora, ou seja, sua ação é orientada por motivos “para” e “porque”, não sendo motivada apenas por crenças, valores ou emoções. Na seqüência, discorre-se sobre a relevância dessa pesquisa, que busca fundamentalmente uma maior compreensão da ação empreendedora.

## **1.2 RELEVÂNCIA**

O empreendedorismo constitui um fenômeno pluridisciplinar, se tornando objeto de pesquisa de várias áreas do saber. Contudo, estudos sobre essa temática apresentam discussões que passam a vislumbrar o empreendedorismo como um campo de conhecimento particular.

Nesse sentido, o empreendedorismo pode vir a se tornar uma disciplina, apresentando-se, atualmente em processo de construção epistemológica. Recorrendo à Teoria das Revoluções Científicas de Thomas Kuhn (2001), tem-se que o empreendedorismo encontra-se em uma fase pré-paradigmática, caracterizada por uma desorganização no processo de busca por um corpo de

conhecimento legitimado pela comunidade científica e capaz de orientar toda a sua produção. Esse corpo denomina-se paradigma.

Seguindo essa linha de pensamento, então, o empreendedorismo estaria em uma etapa de proposição de várias teorias que possam vir a consolidar-se em um paradigma aceito pelos pesquisadores da área.

Nessa perspectiva, esse trabalho visa contribuir para o avanço da epistemologia do empreendedorismo, pois a partir de uma perspectiva fenomenológica social pode-se produzir um conhecimento novo acerca dessa temática. Esse caráter de novidade se deve as singularidades do método de pesquisa fenomenológico, que se centra no homem e em sua experiência de vida.

O pensamento fenomenológico social se fundamenta na consciência da existência do outro. Logo, o empreendedorismo, ao ser abordado segundo essa lógica, será vislumbrado como um fenômeno que existe em função da sociedade, podendo evidenciar que a sua essência transcende os limites da individualidade.

Nesse sentido, é promissor compreender o empreendedorismo como resultado da coletividade de ações sociais individuais existentes em um determinado meio. Assim, o fenômeno estudado é resultado de um conjunto de ações pertencentes aos indivíduos envolvidos no processo, e não somente da ação de um único ser empreendedor.

Portanto, essa abordagem subjetiva do empreendedorismo poderá ser deflagradora de novos estudos que contribuirão para o aprofundamento do conhecimento científico e filosófico sobre o assunto em questão.

A partir da compreensão do problema de pesquisa e sua relevância, apresentam-se os objetivos e a organização estrutural desse trabalho.

### **1.3 OBJETIVOS**

- **Objetivo Geral**

Compreender os significados que o empreendedor atribui ao empreendedorismo, considerando os motivos presentes em sua ação empreendedora desenvolvida no meio social da Incubadora Tecnológica de Maringá.

- **Objetivos Específicos**

a) Evidenciar a Incubadora Tecnológica de Maringá como o meio social em que se situa a ação empreendedora.

b) Investigar os “motivos para” e “motivos porque” presentes na ação empreendedora dos empresários.

c) Construir um tipo ideal de empreendedorismo a partir da realidade social da Incubadora Tecnológica de Maringá.

#### 1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Para realizar a investigação, esse estudo estrutura-se em cinco capítulos, além das partes direcionadas à introdução e à conclusão, a saber:

*Empreendedorismo* – corresponde à revisão da literatura sobre empreendedorismo, visando caracterizá-lo e contextualizá-lo no cenário acadêmico atual. Para isso, apresentam-se as principais linhas de abordagens da temática.

*Sobre o Método* – discute a fenomenologia social e seu método utilizado para a investigação científica. Apresenta ainda uma breve introdução dos estudos fenomenológicos de Husserl e a Sociologia Compreensiva de Max Weber que constituem as bases do trabalho de Alfred Schütz (1972; 1974a; 1974b; 1979).

*Trajetória da Pesquisa* - apresenta o delineamento da pesquisa, assim como os demais procedimentos metodológicos utilizados para a realização do estudo, sendo esses: formulação das perguntas orientadoras, definição dos sujeitos de pesquisa, estruturação do processo de coleta e análise de dados.

*Unidade de Contexto da Pesquisa: Incubadora Tecnológica* - trata da caracterização das incubadoras de empresas. Busca-se evidenciar a Incubadora Tecnológica de Maringá como um meio social propício para o desenvolvimento da ação empreendedora

*Análise da ação empreendedora* - os dados coletados a partir de entrevistas realizadas com os sujeitos de pesquisa são apresentados e analisados segundo os pressupostos da fenomenologia social. Tal análise evidencia aos motivos “para” e “porque” da ação empreendedora, possibilitando a formulação de um tipo ideal de empreendedorismo.

Na continuidade da estrutura dessa dissertação, incluem-se, após a parte conclusiva, as referências bibliográficas, bem como os apêndices e anexos esclarecedores sobre os resultados da pesquisa.

## 2 EMPREENDEDORISMO

O presente capítulo corresponde à apresentação de uma revisão de literatura acerca do conhecimento científico já produzido sobre o empreendedorismo. Para isso, essa parte do trabalho centra-se em evidenciar a origem, as várias definições, tipos de pesquisas, principais abordagens e dimensões sociais do empreendedorismo. Essa revisão da produção científica permite maior aprofundamento na temática em estudo.

### 2.1 DEFININDO EMPREENDEDORISMO

Dentre as mais significativas habilidades que o ser humano apresenta, é possível destacar a sua capacidade de atribuir significado, na medida em que essa o permite se relacionar com o mundo, conferindo sentido às suas ações, experiências e projetos sociais.

Ao analisar-se a origem do significado do termo empreendedor, observa-se efetivamente essa capacidade do ser humano de atribuir e transformar o sentido de uma palavra. Nesse caso, o processo contínuo de ressignificação ocorre em função de mudanças no contexto social de cada época.

O vocábulo empreendedor deriva do termo francês *entrepreneur*. Segundo Dolabela (1999, p.47) *entrepreneur* era a palavra usada no século XII para designar aquele que incentivava brigas.

Contudo, no século XV, o termo *entrepreneur*, já incorporado à língua inglesa, passa a significar alguém que se responsabiliza por algo, um gerente, um controlador ou campeão em batalhas (BOAVA, 2006).

Dando continuidade à análise do processo de ressignificação do vocábulo empreendedor, pode-se destacar o papel dos estudiosos Cantillon (1755/2003) e Say (1803/2002) que, ao relacionarem empreendedor a atividades econômicas, foram delineando alguns contornos da semântica atual do termo.

Na visão de Cantillon (1755/2003), o empreendedor era aquele que adquiria a matéria-prima por um determinado preço e a revendia por um preço

incerto. Caso houvesse a obtenção de um lucro, entendia-se que isso ocorreu em função da inovação empreendida pelo negociante.

Por sua vez, Say (1803/2002) acreditava que o empreendedor era uma pessoa que detinha, simultaneamente, conhecimento de mundo e de negócios, sendo capaz de atuar de forma perseverante na obtenção de sucesso em seus empreendimentos.

Desse modo, observa-se que no século XVIII e meados do século XIX, período histórico referente ao início e consolidação da revolução industrial, ocorreu, de fato, a vinculação do termo empreendedor a conceitos econômicos, tais como: negociação incerta ou de risco, lucro e inovação.

Porém, a relação empreendedor-economia foi consolidada no século XX, por Joseph Schumpeter (1942/1985), que apresenta o termo empreendedor como designação atribuída a um indivíduo inovador, que desenvolve tecnologias inéditas.

Em 1934 surge o termo inglês *entrepreneurship* para qualificar a atividade de organizar, de controlar, e de supor os riscos de uma empresa ou negócio (OED, 2006). Esse vocábulo foi traduzido para a língua portuguesa como empreendedorismo.

Assim, estudiosos do século XX, pertencentes a várias áreas de conhecimento, passaram a pesquisar a temática empreendedorismo, produzindo novos conhecimentos sobre essa atividade e o empreendedor, seu agente mentor e executor.

Tais reflexões revelam outras dimensões do empreendedorismo e do empreendedor, além da vertente econômica, agregando outros aspectos em torno de seu significado, como padrões de comportamento, traços de personalidade, criatividade, persistência e capacidade de influenciar outras pessoas.

No entanto, esse processo verificado no século XX foi, até o momento, uma agregação de aspectos ao significado do termo em análise, não existindo alterações profundas de significados como as verificadas entre os séculos XII, XV e XVIII.

A seguir, um quadro ilustra a assertiva acima, apresentando os principais enfoques da pesquisa acerca da questão empreendedora no século XX.

Data	Autor	Enfoque
1934	Schumpeter	Inovação e iniciativa
1954	Sutton	Busca de responsabilidade
1959	Hartman	Busca de autoridade formal
1961	McClelland	Corredor de risco e necessidade de realização
1963	Davids	Ambição, desejo de independência, responsabilidade e autoconfiança
1964	Pickle	Relacionamento humano, habilidade de comunicação, conhecimento técnico
1971	Palmer	Avaliador de riscos
1971	Hornaday e Aboud	Necessidade de realização, autonomia, agressão, poder, reconhecimento, inovação, independência
1973	Winter	Necessidade de poder
1974	Borland	Controle interno
1974	Liles	Necessidade de realização
1977	Gasse	Orientado por valores pessoais
1978	Timmons	Autoconfiança, orientado por metas, corredor de riscos moderados, centro de controle, criatividade, inovação
1980	Sexton	Energético, ambicioso, revés positivo
1981	Welsh e White	Necessidade de controle, responsabilidade, autoconfiança, corredor de riscos moderados
1982	Dunkelberg e Cooper	Orientado ao crescimento, profissionalização e independência

Fonte: adaptado de Boulton et al. (1984, p. 356)

#### **Quadro 1 – Enfoque de pesquisas sobre empreendedorismo**

Logo após essa reflexão semântica, constata-se que o vocábulo empreendedorismo surge em função de ações realizadas por pessoas ditas empreendedoras. É devido a isso, e à complexidade das ações humanas, que atualmente, no século XXI, ainda não há um consenso acadêmico sobre o que vem a ser, de fato, o empreendedorismo.

Existe, porém, a concordância que empreendedorismo se relaciona com inovação, risco, iniciativa, fracasso, sucesso, determinação, que são conceitos, conforme visto anteriormente, advindos de pesquisas realizadas ao longo do tempo.

Contudo, reforça-se que ainda não há um consenso entre os teóricos sobre uma única definição legitimada de empreendedorismo. Isso pode ser justificado ainda, pelo fato da produção científica sobre empreendedorismo ser recente.

Nos dizeres de Dolabela (1999, p.47), há muitas definições do termo empreendedor, principalmente porque são propostas por pesquisadores de

diferentes campos, que utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir o conceito.

Filion (1991) pondera que o conceito de empreendedorismo pode sofrer algumas variações de país para país, assim como de região para região. Ocorrendo, portanto, a existência de variadas percepções acerca dessa temática.

Dentre essas percepções, pode-se citar o pensamento de Carland et al. (1992, p. 1) que afirmam ser o empreendedorismo uma função de quatro elementos: traços de personalidade, postura estratégica, inovação e propensão a assumir riscos, destacando entre elas a busca de oportunidade e a criatividade como traços de personalidade.

Corroborando esse pensamento, Dornelas (2003) defende que a essência do empreendedorismo é a busca de oportunidades inovadoras. Além disso, Dornelas (2003) elaborou sete partes co-relativas às perspectivas da natureza do empreendedorismo.

<b>Natureza do empreendedorismo</b>	
<b>Parte</b>	<b>Processo</b>
Criação de riqueza	Empreendedorismo envolve assumir riscos calculados associados com as facilidades de produzir algo em troca de lucros
Criação de empresa	Empreendedorismo está ligado à criação de novos negócios, que não existiam anteriormente
Criação da inovação	Empreendedorismo está relacionado à combinação única de recursos que fazem os métodos e produtos atuais ficarem obsoletos
Criação da mudança	Empreendedorismo envolve a criação da mudança, através do ajuste, adaptação e modificação da forma de agir das pessoas, abordagens, habilidades, que levarão à identificação de diferentes oportunidades
Criação de emprego	Empreendedorismo não prioriza, mas está ligado à criação de empregos, já que as empresas crescem e precisarão de mais funcionários para desenvolver suas atividades
Criação de valor	Empreendedorismo é o processo de criar valor para os clientes e consumidores através de oportunidades ainda não exploradas
Criação de crescimento	Empreendedorismo pode Ter um forte e positivo relacionamento com o crescimento das vendas da empresa, trazendo lucros e resultados positivos

Fonte: adaptado de Dornelas (2003)

## **Quadro 2 – Natureza do empreendedorismo**

Por sua vez, Hisrich e Peters (2004, p. 29) acreditam que o empreendedorismo é uma atividade mais unilateral que busca fins individuais, sendo

...o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Já Boava (2006, p. 116), em uma perspectiva filosófica, define empreendedorismo como

...conjunto de atividades que visam proporcionar ao empreendedor, no decurso de sua ação, plena liberdade. Tal liberdade se manifesta devido à ocorrência de uma ruptura com aquilo que lhe proporciona segurança e estabilidade. O estado de dependência em relação a fatores externos (existente na segurança e estabilidade) é substituído pela possibilidade de ser sujeito da ação.

Portanto, observa-se que definir empreendedorismo é uma tarefa altamente complexa, já que esse fenômeno apresenta múltiplas dimensões. Ocorre que os pesquisadores focam seu interesse de pesquisa em uma ou outra dimensão. Assim, faz-se pertinente conhecer mais detalhadamente como se desenvolve a pesquisa em empreendedorismo. Tal reflexão contribuirá para uma compreensão mais consolidada acerca do empreendedorismo e seus diversos desdobramentos.

## **2.2 A PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO**

O empreendedorismo constitui um objeto de pesquisa das ciências sociais, posto que se desenvolve no cerne da sociedade. O agente empreendedor encontra-se situado no **mundo da vida** em constante relacionamento com o outro, sendo que suas ações não são fatos isolados, mas fatos inseridos em uma dinâmica de relacionamento e compreensão social.

Segundo Dilthey (1958, p. 191):

...nós fazemos a reconstituição de nossa própria experiência interna na outra pessoa ao interpretá-la. A compreensão é então um redescobrimto do eu no tu. Esta compreensão dos outros é, então, o paradigma, por assim dizer, do conhecimento que caracteriza as ciências sociais.

Nesse sentido, a pesquisa em empreendedorismo é estruturada a partir de metodologias pertencentes, predominantemente, às ciências sociais. Assim, várias problemáticas metodológicas intrínsecas à pesquisa social podem ser observadas na busca de uma compreensão maior acerca do empreendedorismo.

Tais problemáticas remetem à discussão de se realizar ou não pesquisas sociais de acordo com métodos empregados na investigação em ciências naturais. Alguns pesquisadores defendem que se deve utilizar em pesquisas sociais metodologias que objetivam descobrir leis gerais que orientam o comportamento social, enquanto outros afirmam ser necessário investigar a sociedade a partir de metodologias que reconhecem o homem como um ser doador de sentido ao mundo, que não segue a leis determinadas, como ocorre com minerais, plantas e reações químicas.

A partir desses dois pontos de vistas distintos, pode-se colocar a existência de dois métodos de investigação, sendo o primeiro denominado **nomotético**. Esse se adequa as leis universalizantes das ciências naturais, pois é aplicável quando se estudam fatos gerais e repetitivos. Por sua vez, o segundo método, **ideográfico**, concentra-se nas particularidades e individualidades que podem compor um determinado objeto de estudo.

Nos dizeres do economista Von Mises (1986, p. 97-98), a distinção entre ciências sociais e naturais reside no caráter dinâmico da primeira:

Tropeçamos agora em uma das mais notáveis diferenças existentes entre a física e a química de um lado, e as ciências da ação humana, de outro. No mundo dos fenômenos físicos e químicos existem relações constantes entre os diversos componentes, sendo o homem capaz de perceber, com bastante precisão, leis constantes mediante aos oportunos experimentos de laboratório. Mas, no campo da ação humana, não se registram tais constantes reações. A impossibilidade nesse terreno, de toda medição não há de ser atribuída a uma suposta imperfeição dos métodos de investigação. Provém da mudança, da ausência de relações constantes na matéria analisada.

Os pesquisadores que vislumbram na sociedade uma conjuntura de leis a exemplo das ciências naturais, realizam suas investigações segundo orientação positivista. Para Von Wright (1971, p. 4) esse paradigma é baseado nas seguintes premissas:

- Unicidade metodológica, ou a idéia da unidade do método científico para a investigação de qualquer objeto de pesquisa, independente de sua singularidade.
- As ciências devem ser estudadas segundo relações de causa e efeito.
- A ciência deve apontar para as explicações, centrando-se na substituição de casos individuais por leis gerais que regem a natureza humana.

Por sua vez, os pesquisadores que adotam a perspectiva de investigação fundamentada na singularidade das ações humanas, orientam-se por uma busca da compreensão do homem no tempo e no espaço. Esse paradigma preocupa-se com a apreensão da experiência vivida pelos atores (CRABTREE; MILLER, 1992).

Bauman (1978) realiza uma separação entre as principais linhas de pesquisa fundamentadas no objetivo de cunho compreensivo:

- Trabalho da história (Marx, Mannheim);
- Trabalho da razão (Husserl, Parsons);
- Trabalho da vida (Heidegger, Schütz).

No empreendedorismo, por sua vez, observa-se que os trabalhos encontram-se inseridos em um ou outro paradigma de pesquisa, na maior parte das investigações. O quadro a seguir sintetiza as diferenças existentes ao se abordar o empreendedorismo a partir de uma perspectiva positivista ou construtivista.

<b>Paradigma</b>	<b>Positivista</b>	<b>Construtivista</b>
Ontologia	Realismo	Relativismo
Epistemologia	Objetiva	Subjetiva
Objetivo	Explicar	Compreender
Questão de Pesquisa	O que faz o empreendedorismo ser bem sucedido? Que os empreendedores fazem, quem são eles, e como eles se comportam?	Que é empreendedorismo? Por que os empreendedores fazem como eles fazem, que percepções da realidade influenciam suas ações?
O papel empreendedor	Fazer “as coisas direitas” a fim conseguir o “sucesso”...	Consciência de circunstâncias internas influenciando percepções da realidade (a fim refletir em porque e em como...)

Fonte: adaptado de Guba (1990)

### **Quadro 3 – Perspectivas analíticas do empreendedorismo**

Nesse âmbito, emerge um questionamento: deve-se explicar ou compreender o empreendedorismo? Acredita-se que essa pergunta não tem uma resposta única e definitiva. A decisão sobre explicar ou compreender o fenômeno empreendedor está ligada ao objetivo de pesquisa ao qual o investigador pretende alcançar.

Dessa forma, ao se analisar a produção científica acerca do empreendedorismo observa-se trabalhos orientados para **explicação**, como o de Schumpeter (1985), McClelland (1961) e Filion (1991). Assim como trabalhos objetivando **compreender** o fenômeno em questão, como Bueno (2005), Paiva Jr. (2004) e Boava (2006). Esses dois tipos de estudos são vistos de uma forma mais detalhada a seguir para que em um segundo momento possa-se apresentar maiores considerações sobre o questionamento explicar ou compreender o empreendedorismo.

#### **2.2.1 Explicação**

Segundo Dolabela (1999, p.47), existe duas correntes principais de estudo do empreendedorismo, os economistas, que associaram o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que enfatizam aspectos atitudinais, como a

criatividade e a intuição. A primeira vertente apresenta como eixo principal a teoria do desenvolvimento econômico desenvolvida por Schumpeter (1985), além dos trabalhos desenvolvidos por Cantilon (1755, 2003), Smith (1976, 1985), Mill (1848, 1986), Say (1803, 2002) e Marshall (1890, 1982), sendo que a última estrutura-se basicamente na teoria das motivações de McClelland (1961), na personalidade empreendedora de Miner (1998), nos trabalhos de Timmons (1989) e na teoria visionária de Fillion (1991).

### 2.2.1.1 Economistas

O conceito de empreendedorismo encontra-se presente, ainda que nem sempre de forma direta, no desenvolvimento do corpo teórico da ciência econômica (BROLLO, 2006). Dessa forma, este tópico irá discutir o empreendedorismo a partir da visão de autores pertencentes às diferentes escolas de pensamento que contribuíram para a construção do conhecimento econômico atual.

Para isso, serão analisados precursores da teoria econômica (Cantilon) e os principais representantes de algumas escolas de pensamento econômico que mais produziram acerca do empreendedorismo, como: escola clássica (Smith, Mill e Say) e neoclássica (Marshall e Schumpeter) de economia.

- *Precursores da Teoria Econômica*

Richard Cantillon publicou, em 1755, a obra “Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral” associando o empreendedor a oportunidades de lucro não exploradas e o risco intrínseco a sua exploração.

Propõe ainda o desenvolvimento da sociedade em três classes funcionais, empreendedores, proprietários de terra e trabalhadores. Os empreendedores seriam responsáveis mudanças no sistema econômico, posto que assumiriam os riscos necessários.

- *Escola Clássica de Economia*

O pensamento clássico econômico corresponde ao desenvolvimento da ciência econômica e o aperfeiçoamento dos seus métodos de investigação. Para os economistas clássicos, a economia é o estudo do processo de produção, distribuição, circulação e consumo dos bens e serviços. A verdadeira fonte de valor encontra-se no trabalho, sendo que defendem há não intervenção do Estado na economia e a livre concorrência. Tal pensamento predominou até fins do século XIX.

Nesse ambiente liberal, Smith (1776/1985), considerado o formulador da teoria econômica, vislumbra o empreendedor como aquele que deseja obter um excedente de valor sobre o custo de produção. Assim, o empreendedor seria um proprietário capitalista. O economista Mill (1848/1986) afirma que o empreendedorismo é uma atividade que requer características peculiares por parte do ser que empreende.

Contudo, os trabalhos de Smith (1776/1985) e Mill (1848/1986) estavam mais centrados em explicar o crescimento econômico dando pouca ênfase ao empreendedorismo, sendo que dividiam a sociedade em capitalistas e trabalhadores. De fato, os economistas clássicos britânicos discutiram brevemente a temática empreendedora, não fazendo qualquer tipo de distinção entre atividades executadas por capitalistas, administradores e empreendedores.

Por sua vez, o economista clássico francês Say (1803/2002) realiza uma análise mais detalhada do empreendedor atribuindo-lhe um papel particular, na medida em que diferencia função empreendedora e a função capitalista. Além disso, defende o pressuposto que o desenvolvimento econômico é proveniente da criação de novos empreendimentos.

Dessa forma, o empreendedor se torna um mediador da economia, sendo sua responsabilidade articular a produção de maneira que os meios resultem em um produto final lucrativo.

- *Escola Neoclássica de Economia*

O pensamento neoclássico surgiu em fins do século XIX. Na concepção dos autores neoclássicos, a economia constitui a ciência das trocas ou das escolhas, sendo condicionada pela escassez dos recursos. Introduziram na teoria da procura e da oferta o conceito de utilidade marginal, segundo o qual as preferências dos consumidores (utilidade) são um dos fatores da procura de bens.

Os neoclássicos mantinham a crença no liberalismo econômico. Esse pensamento dominou o cenário econômico até o aparecimento da crise de 1929. A partir desse período, Keynes (1936/1992) afirmou que a economia não se auto-regula, propondo a intervenção do estado na economia.

Marshall (1890/1982), um dos principais representantes da escola neoclássica, faz algumas contribuições para o estudo do empreendedorismo. Esse caracteriza o empreendedor como sendo o indivíduo que se aventura e assume riscos, reunindo e supervisionando minuciosamente o capital e o trabalho necessários ao seu empreendimento. Postula ainda que o empreendedorismo está relacionado com algumas habilidades que poucas pessoas apresentam, pois tais capacidades são escassas. Contudo, pondera que essas habilidades podem ser ensinadas.

Ressalta-se que Marshall (1890/1982) em uma postura determinista afirma que as oportunidades e ações empreendedoras são limitadas pelo ambiente econômico no qual encontram-se inseridas. Sendo assim, Marshall (1890/1982) complementa que embora os empreendedores possuam habilidades em comum, se diferenciam no que tange ao sucesso de seu empreendimento, já que esse depende do meio econômico. Assim, para esse economista, o empreendedor é basicamente um quarto fator de produção, que coordena os demais: capital, trabalho e matéria-prima.

Contudo, as principais bases econômicas do empreendedorismo foram edificadas por Schumpeter (1985), que em sua teoria do desenvolvimento econômico baseia-se na premissa que sistema econômico de oferta e procura encontra-se em situação de equilíbrio e que o empreendedor tende a romper esse equilíbrio através da inovação. Essa visão de empreendedorismo fixa-se na atribuição à inovação do papel de motor da economia. Para Schumpeter (1985), a capacidade do empreendedor de continuar sendo uma força complementar vigorosa na economia atual e do futuro tem sido fortalecida e determinada pela evolução de seu comportamento e pela constante busca de novos conhecimentos. A teoria do desenvolvimento econômico vislumbra o empreendedor como o ser que promove a inovação, sendo essa radical, na medida em que destrói e substitui esquemas de produção operantes. Nesse sentido, surge o conceito de destruição criativa (SCHUMPETER, 1985).

Dessa forma, observa-se que a inovação é fundamental para a visão econômica. Para Schumpeter (1985, p.48) existem cinco tipos de inovações:

1 - Introdução de um novo bem (com o qual os consumidores ainda não estejam familiarizados) ou de uma nova qualidade de um bem;

2 - Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método ainda não testado em determinada área e que tenha sido gerado a partir de uma nova descoberta científica;

3 - Abertura de um novo mercado, ainda não explorado, independentemente do fato do mercado já existir ou não;

4 - Conquista de uma nova fonte de matéria-prima ou de bens semimanufaturados;

5 - Aparecimento de uma nova estrutura de organização em um setor.

Portanto, Schumpeter (1985) define o empreendedor como aquele que promove uma mudança radical destruindo as tecnologias já existentes, é aquele que propõe novidades. Nesse sentido, o empreendedor só existe no momento da inovação, não podendo constituir uma profissão, ao passo que a necessidade de inovar é ditada pelo ambiente externo.

Mais recentemente, o economista Kirzner (1973) desenvolveu uma teoria acerca do empreendedorismo, na qual a economia era desbalanceada e o empreendedor era a pessoa que identificava estes desequilíbrios e os explorava tendendo a trazer o processo para o equilíbrio. Para esse autor, os empreendedores eram capazes ainda de estimular a demanda de mercado através da persuasão, podendo criar assim um desequilíbrio adicional ao mercado. Nesse sentido, o empreendedor não é somente aquele que vê e explora oportunidades, mas também aquele que cria outras oportunidades e as explora.

Logo, constata-se que Schumpeter (1985) e Kirzner (1973) atribuem papéis diferentes ao empreendedor, sendo que para o primeiro a ação empreendedora leva ao desequilíbrio devido à inovação; já para o segundo, essa mesma ação é que garante o equilíbrio econômico.

Assim, observa-se que parte do conhecimento atual acerca do empreendedorismo foi sendo construído, ainda que de maneira implícita, no cerne

do desenvolvimento do pensamento econômico. Contudo, faz-se importante analisar as demais dimensões desse fenômeno, relacionadas ao agente empreendedor.

### **2.2.1.2 Comportamentalistas**

Os comportamentalistas pressupõem que o sistema de valores constitui o eixo principal do desenvolvimento social e econômico, considerando o empreendedor o ator principal desse processo. Assim, estudam os traços pessoais e atitudes do empreendedor na tentativa de encontrar a motivação que impulsiona o empreendedorismo.

Dessa forma, David McClelland (1961) aborda o empreendedor a partir de uma perspectiva comportamental evidenciando suas características psicológicas. O estudo dessas características permite ao autor traçar um perfil do empreendedor. Tal perfil caracteriza o empreendedor como autônomo e dotado de iniciativa. Esse apresenta intuição e amor pelo seu trabalho, estando continuamente em busca de realização profissional e pessoal.

Além disso, é um indivíduo que, por relacionar-se sempre com novidades, evolui através de um processo iterativo de tentativa e erro, avançando em decorrência das descobertas que realiza.

Para McClelland (1961), a motivação constitui o principal combustível do motor empreendedor, sendo essa fundamentada em três necessidades básicas do ser humano, descritas na seqüência.

- Necessidade de realização

O indivíduo busca continuamente a superação de seus limites. É uma característica própria de pessoas que costumam estabelecer metas passíveis de serem realizadas durante sua vida, ainda que tais metas os coloquem continuamente em situações de competição. Essa constitui a primeira necessidade encontrada entre empreendedores de sucesso, apresentando os seguintes indicadores comportamentais: superação do padrão de excelência, utilização de técnicas de feedback, resolução de questões problemas que constituem obstáculos.

- Necessidade de afiliação

O indivíduo mostra-se interessado em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com demais pessoas. Essa necessidade apresenta como indicadores comportamentais o estabelecimento de relações de amizade, preocupação com o bem estar das pessoas em seu ambiente de trabalho e desejo de integrar um grupo social.

- Necessidade de poder

O indivíduo centra-se em exercer autoridade sobre os outros. Essa necessidade pode ser identificada pela observação dos seguintes comportamentos: capacidade de despertar reações de caráter emocional nas demais pessoas, habilidade para executar tarefas, pressupõe exercício de comando, preocupação com a posição social e reputação.

As pesquisas de McClelland (1961) foram, nesse sentido, uma tentativa de identificar as motivações do empreendedor, sendo que uma correlação positiva entre a necessidade de realização e atividade empreendedora foi constatada.

McClelland (1961) defende que uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização, produzirá um maior número de empresários ativos, os quais, por sua vez, darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido.

Assim, para esse autor, os empreendedores apresentam, em média, uma necessidade de realização superior a dos demais indivíduos, pois essa necessidade envolve a orientação do mesmo para metas. Destaca-se que essas metas inerentes à realização são passíveis de serem alcançadas. O empreendedor não dedica seu tempo e ação buscando tornar utopias em realidade.

No ano de 1982, a Agência para o Desenvolvimento Internacional das Nações Unidas (USAID), a *Management Systems International* (MSI) e a *McBeer & Company*, empresa de consultoria de McClelland, desenvolveram uma pesquisa em trinta e quatro países buscando identificar padrões no comportamento empreendedores de sucesso em determinadas situações. O resultado obtido encontra-se sintetizado em um quadro apresentado a seguir.

<b>REALIZAÇÃO</b>
<p><b>CCE: Busca de oportunidades e iniciativa</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realiza as tarefas antes de receber solicitações ou ser forçado por circunstâncias;</li> <li>➤ Atua sempre na tentativa de expandir o negócio;</li> <li>➤ Aproveita oportunidades para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.</li> </ul>
<p><b>CCE: Exigência de qualidade e eficiência</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Encontra formas mais inteligentes e viáveis economicamente de se realizar algo;</li> <li>➤ Executa ações que satisfaçam ou excedam os padrões de excelência;</li> <li>➤ Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado no prazo estabelecido, atendendo aos padrões de qualidade previamente combinados.</li> </ul>
<p><b>CCE: Persistência</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Apresenta soluções diante de um obstáculo significativo;</li> <li>➤ Atua repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo;</li> <li>➤ Faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.</li> </ul>
<p><b>CCE: Independência e autoconfiança</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Busca autonomia em relação a normas e controles de outros;</li> <li>➤ Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores;</li> <li>➤ Expressa confiança em sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou um desafio.</li> </ul>
<b>PLANEJAMENTO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS</b>
<p><b>CCE: Correr riscos calculados</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente;</li> <li>➤ Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados;</li> <li>➤ Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.</li> </ul>
<p><b>CCE: Busca de informações</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dedicar-se pessoalmente para obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes;</li> <li>➤ Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço;</li> <li>➤ Consulta a especialista para obter assessoria técnica ou comercial.</li> </ul>
<p><b>CCE: Estabelecimento de metas</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal;</li> <li>➤ Define objetivos de longo prazo, claros e específicos;</li> <li>➤ Estabelece metas mensuráveis e de curto prazo.</li> </ul>
<p><b>CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos;</li> <li>➤ Constantemente revisa seus planos, levando em consideração os resultados obtidos e mudanças circunstanciais;</li> <li>➤ Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.</li> </ul>
<b>INFLUÊNCIA NA RELAÇÃO COM AS PESSOAS</b>
<p><b>CCE: Comprometimento</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para o alcance de metas e objetivos;</li> <li>➤ Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho;</li> <li>➤ Esmera-se em manter os clientes satisfeitos.</li> </ul>
<p><b>CCE: Persuasão e redes de contato</b>  <i>Comportamentos manifestados:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros;</li> <li>➤ Utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos;</li> <li>➤ Atua para desenvolver e manter relações comerciais.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Vidal; Santos Filho (2003)

#### **Quadro 4 – Características comportamentais empreendedoras (CCE'S)**

Após a análise do trabalho de McClelland (1961), faz-se importante apresentar os estudos do comportamentalista Miner (1998) que aborda a personalidade empreendedora a partir da teoria das necessidades discutidas anteriormente. O autor conclui que existem quatro estilos de empreendedores, a saber:

1 - Realizador: são empreendedores clássicos que dedicam a maior parte de seu tempo ao empreendimento. Apresenta o hábito de planejar e estabelecer metas. Atua com iniciativa e compromisso, resolvendo problemas, contornando crises, tentando sempre ser eficiente e eficaz.

2 - Super vendedor: apresenta sensibilidade em relação às demais pessoas. Priorizam as vendas, por julgá-las elemento essencial para o sucesso de seus negócios. Não possuem muitas habilidades administrativas.

3 - Autêntico gerente: assume responsabilidades e alcança sucesso em cargos de liderança nas empresas. São competitivos, decididos e atraídos pelo poder. Geralmente, saem de grandes empresas para iniciar seu empreendimento.

4 - Gerador de idéias: inventores natos, criam novos produtos, encontram novos nichos, desenvolvem novos processos sempre buscando ganhar a concorrência. Sentem-se fortemente atraídos para o mundo das idéias e costumam assumir riscos. Normalmente, se envolvem em empreendimentos de alta tecnologia.

Miner (1998) afirma que os empreendedores que apresentam os quatro tipos obterão maior sucesso em seus empreendimentos. No entanto, caso um empreendedor possua apenas um dos estilos, deverá atuar no ramo que melhor se identifica com sua habilidade.

Na mesma linha de pensamento de McClelland (1961) e Miner (1998), Timmons (1989) centraliza seus estudos acerca do empreendedorismo na iniciativa e comportamento pró-ativo do empreendedor. A partir disso, apresenta três aspectos que acredita ser a principal razão para o sucesso do mesmo: responder positivamente a desafios, aprendendo com erros, apresentar iniciativa e ter determinação e perseverança.

Além desses fatores, Timmons (1989) ainda apresenta um conjunto de pensamentos e ações empreendedoras, elencadas no quadro abaixo:

<b>Pensamentos e Ações Empreendedoras</b>
➤ Comprometimento total, determinação e perseverança;
➤ Direcionamento para realização e crescimento;
➤ Orientação para oportunidades e metas;
➤ Iniciativa e responsabilidade pessoal;
➤ Persistência na solução de problemas;
➤ Verdadeiramente cômico e com senso de humor;
➤ Pesquisa e usa feedback;
➤ Tolerância à ambigüidade, incerteza e stress;
➤ Assume riscos calculados;
➤ Integridade e confiança;
➤ Decisor rápido, sentido de urgência e paciência;
➤ Capacidade de lidar com falhas;
➤ Formador de equipes e construtor de talentos.

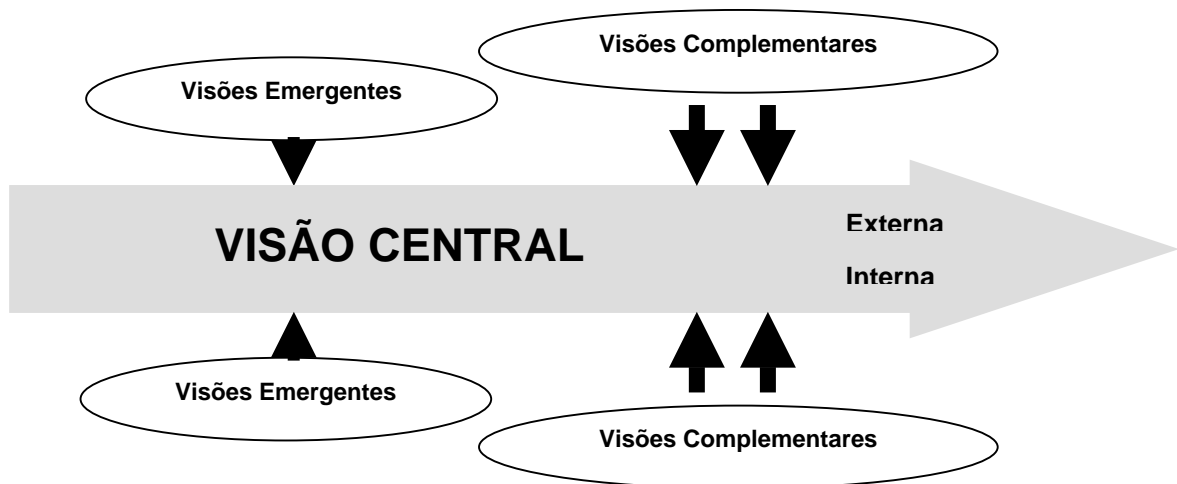
Fonte: adaptado de Timmons (1989)

### **Quadro 5 – Pensamentos e ações empreendedoras**

Já a teoria visionária de Filion (1991), ainda que também atribua ênfase ao estudo das características empreendedoras, apresenta um conceito novo acerca da temática. Versa que o empreendedor é um ser dotado de visão, sendo essa parte do surgimento de uma ou várias idéias que se pretende realizar no futuro. Seguindo uma linha de raciocínio similar, Leite (2000, p. 16) pondera que

...ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber idéias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceptualmente e a capacidade para ver, perceber as mudanças como uma oportunidade.

A figura a seguir, ilustra a concepção do processo de formação da visão empreendedora.



Fonte: Fillion (1991)

**Figura 1** – Processo de formação da visão empreendedora

Desse modo, a partir da análise processo de formação da visão contata-se que Fillion (1991) classifica a visão empreendedora em três categorias, a saber:

- Emergente: é constituída segundo idéias e conceitos de produtos, atividades e serviços que surgem no imaginário do empreendedor em um período de tempo, anterior à criação de um empreendimento.
- Central: constitui o produto de uma única ou conjunto de visões emergentes. A visão central exterior remete à posição de produtos ou serviços no ambiente externo, mercado, por exemplo. Por sua vez, a visão central interior refere-se ao tipo estrutural de organização necessário para lograr êxito em suas pretensões.
- Complementar: formada por visões gerenciais direcionadas para servir de suporte a visão central.

Logo, a visão é considerada como o ponto inicial para formação de novos empreendimentos. Fillion (2000) afirma que o empreendedor necessita apresentar algumas características que constituem o suporte para formação da visão, sendo essas apresentadas no quadro a seguir:

<b>Suporte a formação da visão empreendedora</b>	
Conceito de si	Forma como a pessoa se vê (auto-imagem), na qual estão contidos os valores de cada um, sua visão do mundo e sua motivação.
Energia	Diz respeito à quantidade/qualidade do tempo dedicado ao trabalho e a disposição de estar constantemente aprendendo à medida que desenvolve atividades na empresa.
Liderança	A qualidade de comandar terceiros no processo de concretizar a visão; importante porque define a amplitude do que o empreendedor que realizar.
Compreensão do setor	Saber como as empresas estruturam-se na atividade escolhida, conhecimento sobre praxes do mercado, necessidades dos clientes, concorrência, fatores críticos de sucesso e vantagens competitivas.
Relações	Refere-se as fontes de aprendizado do empreendedor e abrange não só as relações primárias (famílias, amigos, pessoas que admira), que determinam em grande parte o que ele é, mas sobretudo, o <i>network</i> que ele irá buscar para expandir seus conhecimentos como apoio para aprimoramento da visão.
Espaço de si	Implica a distância psicológica que ao mesmo tempo nos separa dos outros e nos liga a eles.

Fonte: adaptado de Filion (2000)

#### **Quadro 6 – Suporte a formação da visão empreendedora**

Portanto, na abordagem comportamental o empreendedorismo apresenta uma concepção de empreendedor baseada na busca de realização pessoal do ser humano. Assim, os empreendimentos constituem uma extensão do desejo, metas e visão do empreendedor. No mais, centra-se em descrever comportamentos e características do empreendedor.

Assim, os economistas tendem a concordar que os empreendedores estão associados à inovação e são vistos como forças direcionadoras ao desenvolvimento, e os comportamentalistas entram em consenso atribuindo aos empreendedores às características de criatividade, persistência, coragem para assumir riscos e liderança.

Contudo, no universo da pesquisa explicativa acerca do empreendedorismo existem trabalhos que identificam outras perspectivas de análise desse fenômeno, além da econômica e comportamental.

Nesse sentido, pode-se apresentar o estudo de Cunningham e Lischeron (1991) que professam a existência de seis escolas de pensamento que oferecem diferentes concepções do empreendedorismo, sendo essas denominadas: “Grande Figura”, Características Psicológicas, Clássica, Administração, Liderança e Intraempreendedorismo. A seguir apresenta-se um quadro que sintetiza as diferentes perspectivas de análise do empreendedorismo segundo essas escolas.

<b>Escola</b>	<b>Interpretação Central</b>	<b>Pressuposto</b>	<b>Habilidades e comportamentos do empreendedor</b>	<b>Estágio do empreendimento</b>
Grande Figura	Empreendedor possui traços e instintos inatos	Intuição inata é a chave do sucesso	Intuição, vigor energia, perseverança, auto-estima	Inicial
Características Psicológicas	Empreendedor possui valores atitudes e necessidades que o impulsiona	Pessoas agem orientadas pelos seus valores e comportamentos para satisfazer suas necessidades	Valores pessoais, propensão e aceitação do risco. Necessidades de realização dos riscos	Inicial
Clássica	A característica básica do empreendedor é a inovação	Pessoas contrapõem ao possuir	Inovação, criatividade e descoberta	Inicial e Crescimento
Administrativa	Empreendedor organiza, possui e administra empreendimentos econômicos. O risco é assumido	Transformar pessoas em empreendedores por meio de treinamento	Planejamento, organização, direção e controle	Crescimento e maturidade
Liderança	Empreendedor é um líder, adapta seu estilo de liderança a necessidade das pessoas.	Para atingir seus objetivos o empreendedor precisa e depende do concurso de outras pessoas	Capacidade de motivação e liderança	Crescimento e maturidade
Intraempreendedorismo	As habilidades do empreendedor são úteis em organizações complexas. Criam unidades autônomas para geração de comercialização e expansão de negócios.	A adaptação é fundamental para a sobrevivência das organizações complexas. O empreendedorismo resulta na criação de organizações e transformação de empreendedores em administradores	Capacidade de decisão e alerta as oportunidades	Maturidade e mudança

Fonte: Adaptado de Cunningham e Lischeron (1991)

**Quadro 7 – Síntese das escolas de pensamento acerca do empreendedorismo**

A partir da análise das principais linhas de abordagem do empreendedorismo, constata-se que não existe uma oposição conceitual direta entre as mesmas, sendo que a diferença existe em função da prioridade de aspectos abordados. Para Braga (2003, p.35):

Enquanto os economistas buscam definir a função do empreendedor a partir da sua atuação como destruidor, gerador de valores ao sistema produtivo (...), os comportamentalistas, embora tenham pertinente esses elementos, voltam seu interesse para o entendimento do ser empreendedor, do seu comportamento, buscando identificar as suas características e os reflexos na empresa decorrente do seu modo de atuar e interagir.

Assim, o empreendedor é uma pessoa que capta oportunidades, apresentando muita determinação, sendo persistente, perseverante, procurando sempre a auto-superação e reconhecimento social. Este perfil de profissional é requerido, na sociedade, tanto no ambiente empresarial como no educacional.

Desse modo, reforça-se que a inexistência de maiores distinções entre as linhas de pesquisa economista e comportamental do empreendedorismo, assim como no modelo de Cunningham e Lischeron (1991), se deve ao fato dessas buscarem fundamentalmente **explicar** o seu objeto de investigação.

Nesse caso, ambas as perspectivas partem do pressuposto que o empreendedorismo é regido por relações de causa e efeito. Desse modo, a ação empreendedora é caracterizada por algumas singularidades e realizada por um agente dentro do perfil empreendedor resultando em sucesso.

### 2.2.2 Compreensão

Conforme analisado anteriormente, a pesquisa de cunho compreensivo, segundo Bauman (1978) pode estar inserida em linhas de pesquisa da história, da razão e da vida. Desse modo, a abordagem da pesquisa compreensiva acerca do empreendedorismo apresenta estudos realizados dentro do paradigma interpretativo. Ressalta-se, no entanto, que Bueno (2005), ao falar da

linha de pesquisa histórica compreensiva, recorre a trabalhos de Marx. Isso, entretanto, não é uma unanimidade na academia, pois ao se observar os estudos de Marx, a partir dos quadrantes paradigmáticos propostos por Burrell e Morgan (1979), ele não seria classificado como interpretativo, mas como estruturalista, posto que seu foco de interesse são as dimensões sociais, como classes e sistemas de produção.

- *História*

Pois bem, apesar disso, para Bueno (2005), a partir da interpretação das obras de Marx, é possível entender que a consciência sobre os fenômenos que ocorrem no âmbito do sistema capitalista que se originou na sociedade industrial, é o primeiro passo para superar o estado de alienação e alcançar o estado de consciência e emancipação nessa mesma sociedade. Nesse sentido, Bueno (2005), em sua tese de doutorado, intitulada “O empreendedorismo como superação do estado de alienação do trabalhador”, realiza um estudo dialético entre o conceito de alienação de Karl Marx (1844) e os fundamentos do empreendedorismo, visando evidenciar como o empreendedorismo pode superar o estado de alienação do trabalhador.

Para isso, utiliza-se do materialismo dialético como método científico. Já a parte teórica consiste no levantamento sobre a origem do trabalho e sobre as condições de trabalho no contexto da sociedade industrial, para relacionar esta abordagem com os estudos acerca do empreendedorismo.

Bueno (2005, p. 142) conclui em seu trabalho que o empreendedorismo pode realmente ser empregado com estratégia de combate à alienação do trabalhador:

A superação do estado de alienação pelo empreendedorismo é uma forma de transformar os caminhos para alcançar melhores condições de vida na sociedade industrial. A consciência sobre as relações sociais dentro desta sociedade, para agir, não de acordo com a conjuntura, mas de acordo com a sustentabilidade das necessidades humanas, pode estabelecer uma matriz cultural que permitirá a todos os trabalhadores evoluírem, cada um de sua forma e no seu tempo, rompendo com a ratificação imposta pelo sistema. Permitindo, portanto, a conclusão de que empreender é trabalhar com consciência sobre a sociedade industrial, operando mentalmente antes da ação profissional, conhecendo a combinação dos conjuntos de princípios, coordenados entre si que formam a sociedade atual, identificando os possíveis contextos de atuação e as possibilidades de causar a evolução humana e social.

- *Razão*

Os trabalhos inseridos nessa linha de pesquisa estão relacionados, entre outros autores, a Edmund Husserl e seus estudos acerca da consciência humana. A fenomenologia tem com o objetivo de analisar a essência dos fenômenos, ou seja, aquilo que é dado diretamente na consciência. Assim, os trabalhos de referencial fenomenológico visam analisar a experiência humana.

No campo da pesquisa sobre empreendedorismo, há o trabalho de Boava (2006) que visa abordar esse fenômeno a partir de um referencial fenomenológico, objetivando fundamentalmente estreitar os laços da administração com a filosofia. Esse estudo pretende responder a seguinte questão: qual a essência do empreendedorismo?

Tal questionamento desloca a pesquisa do campo epistemológico para o ontológico, o que confere à mesma um caráter eminentemente filosófico. Dessa forma, o autor desenvolve sua pesquisa empregando o método fenomenológico centrando-se no ser humano.

Os resultados indicam que o empreendedorismo relaciona-se com as seguintes unidades de sentido: inovação, gerenciamento, desafios, criação, relacionamento, teoria na prática, sujeito da ação, pesquisa, incubadora, ôntico/ontológico e inter/multi/transdisciplinaridade.

Analisando essas unidades a partir das concepções existencialistas de Sartre, Boava (2006, p.113) conclui que a essência do empreendedorismo é a liberdade. Nas palavras do autor:

...a essência do empreendedorismo reside na **liberdade**. Não se trata da possibilidade que tem o empreendedor de agir conforme sua vontade e idéias, ou mesmo sua consciência, mas sim a **potencialidade** que tal indivíduo tem de agir de forma autônoma buscando seus objetivos. Sem considerar condições ou limites, o empreendedor se realiza a partir de sua autodeterminação, e constitui a si próprio e o mundo que vive. Ou seja, não há determinantes externos, não há casualidade. A inovação, os valores recebidos na infância, a capacidade de gerir etc. são apenas meios para se atingir a liberdade, que é atingida no momento em que há realização do projeto empreendedor do ser.

No limite desta pesquisa, não foram identificados mais trabalhos que abordaram o fenômeno empreendedor recorrendo à fenomenologia. Em um universo

mais amplo, há trabalhos que investigaram a administração a partir das implicações da consciência humana, como o de Gil (2003), que analisa a aplicabilidade do método fenomenológico na pesquisa em administração e Thiry-Cheques (2004) que desenvolve uma linha de argumentação para afirmar que o método fenomenológico é adequado à ciência da gestão.

No mais, pode-se citar Ehrich (2005) que desenvolve uma proposta de transposição da filosofia fenomenológica para a pesquisa empírica fenomenológica, no sentido de aumentar as contribuições que tal metodologia pode trazer a administração.

- *Vida*

Essa linha de pesquisa é composta por trabalhos que se preocupam com a vida humana, tanto de uma forma hermenêutica existencial como cotidiana. No tocante ao existencialismo destaca-se Heidegger (1999). Já os trabalhos que se preocupam com o mundo cotidiano podem estar relacionados a Alfred Schütz (1972), pois esse propõe a análise do mundo da vida, na qual o homem olha para esse mundo do ponto de vista da atitude natural. Tendo nascido nesse mundo que também é social e cultural o homem vive com seus contemporâneos e dá por certa a existência destes sem questioná-la, assim como dá por certa a existência de objetos naturais.

Na investigação do fenômeno empreendedor especificamente, encontra-se o trabalho de Paiva Jr. (2004), que em sua tese de doutorado busca compreender a influência de características individuais, experiências do cotidiano, atitudes e comportamentos constantes no significado que o empreendedor atribui a sua prática empreendedora. A problemática central desse estudo consiste em desvelar qual a natureza do fenômeno empreendedor sob a ótica de dirigentes de empresas de base tecnológica.

Para isso, utilizou como referencial metodológico os trabalhos de Alfred Schütz, que segundo o autor propicia uma análise sócio-existencial da ação social do empreendedor a partir de suas relações dialógicas e reflexivas em contexto sócio-cultural, político-econômico e tecnológico. Esse referencial empregado é o mesmo utilizado na presente pesquisa, contudo o trabalho de Paiva Jr. (2004) centra-se na análise da **ação empreendedora** e nessa investigação pretende-se analisar a ação de empreender visando a **formulação de um tipo ideal de ação** no

campo do empreendedorismo. Assim, são trabalhos com a mesma base metodológica, mas com objetivos de pesquisa distintos.

Em seu trabalho, Paiva Jr. (2004) utilizou técnicas de pesquisa fundamentadas na realização de entrevistas semi-estruturadas, pois sua meta de investigação estava direcionada para a compreensão do significado do fenômeno empreendedor a partir da visão dos empresários dirigentes de empresas tecnológicas. Os resultados da pesquisa desenvolvida com dirigentes de empresas de tecnologia evidenciaram a existência de categorias universalizantes presentes no ato de empreender, sendo essas descritas na seqüência.

- **Imaginação Conceitual:** corresponde ao conjunto de imagens e às relações que constituem o capital pensado do empreendedor, denominador fundamental das criações do pensamento humano (PAIVA JR., 2004, p. 256).

- **Cultura:** define e delimita os conceitos intersubjetivos assimilados pelo empreendedor no seio da sua experiência vivida num contexto social historicamente definido (PAIVA JR., 2004, p. 265).

- **Identidade:** no mundo da vida do empreendedor é definida pela sua historicidade, sendo a identidade prevalente na posição que direciona seus atos intencionais e se lança no cotidiano sob essa égide (PAIVA JR., 2004, p. 267).

- **Relações de poder:** o empreendedor renuncia a experiências que signifiquem a sua participação na empresa sem o respectivo poder decisório. Assim, move a energia no sentido de reconhecer e explorar oportunidade que envolva tecnologias inovadoras (PAIVA JR., 2004, p. 270).

- **Expertise:** aciona as pontes de transferência e as descobertas de novas formas de captação de recursos (PAIVA JR., 2004, p. 275). Esse termo é empregado para denominar competência ou qualidade de um especialista em determinado assunto, no caso em questão, empreendedorismo.

- **Interação social:** no crescimento do negócio é produto de um “nós eficiente” esmaltada pelo intento político da construção no plano comunitário mais amplo, fortalecido para o exercício de pressão junto a atores do poder público ou representante de entidades setoriais (PAIVA JR., 2004, p. 277).

A partir dessas categorias, Paiva Jr. (2004, p. 311) realiza uma reflexão sobre a natureza do fenômeno empreendedor, concluindo seu trabalho da seguinte forma:

Conhecer o mundo do empreendedorismo, até por sua característica multidisciplinar e heterogênea exerce, para os que atuam nos domínios da gestão, um papel de dupla face: primeiro, é necessário conhecer o que ocorre no mundo da vida desse empresário no território da sua ação social, com a missão de prover-lhe subsídios administrativos que lhe permitam a eficiência no lidar com o ambiente empresarial; em segundo lugar, cabe aos teóricos das ciências administrativas compreenderem a dinâmica intersubjetiva com que esse empreendedor interage com os parceiros estratégicos, contemporâneos e terceiros no trato do seu objeto e no esforço inovativo de gerar novas tecnologias gerenciais no ambiente do mercado onde se acentuam exigências estruturais múltiplas de forma recursiva e inexorável.

Assim, na linha de pesquisa da razão, não foram encontradas mais produções que abordam o empreendedorismo a partir dos trabalhos de Schütz.

### **2.2.3 Explicação x Compreensão**

A análise desses dois tipos de pesquisa permite evidenciar que a pesquisa explicativa obedece a uma lógica objetiva para construção de modelos prescritivos, visualizando o mundo como circunstancial, os seres humanos como reativos. No alcance dessa pesquisa, observa-se que grande parte dos estudos acerca do empreendedorismo apresenta esse caráter explicativo. Por sua vez, a pesquisa compreensiva parte de princípios subjetivos visando produzir variedades de interpretações, considerando o mundo um emaranhado de significados atribuídos por homens criativos.

A partir dessas evidências, Bjerke (2000) formulou tipos de empreendedores, sendo esses apresentados no quadro a seguir. Contudo reforça-se que os seis tipos de empreendedores não são comparáveis entre si. Os primeiros três tipos de empreendedores são apropriados à pesquisa explicação, os últimos três tipos à compreensão.

Perspectiva	O que é um empreendedor?	Como são criados novos negócios?	Como melhorar o processo de desenvolvimento do negócio?
Realidade concreta e subordinada às leis de uma estrutura independente	Uma pessoa que responda racionalmente a determinado objetivo e circunstâncias externas, criando algo novo	Por circunstâncias objetivas e externas às pessoas	Introduzindo estímulos externos às pessoas que melhor possam explicar o desenvolvimento do negócio
Realidade como um processo determinado	Pessoa que se encontra dentro de um sistema orientado para um objetivo	Por bom sistema de desenvolvimento de negócios dirigido por um objetivo	Adaptando as pessoas ao sistema, tornando-o cada vez melhor
Realidade como campos mutuamente dependentes da informação	Uma pessoa com informação superior sobre necessidades de cliente e os recursos da companhia	Pelos sistemas de informação, baseados no princípio do <i>feedback</i> , reagindo a novas informações	Refinando a informação sobre os recursos do sistema e as necessidades do mercado
Realidade como o mundo do discurso simbólico	Uma pessoa que vê a progressão e a mudança como uma parte dominante em seu mundo simbólico	Por uma cultura, que apresenta novos negócios como símbolos de desenvolvimento	Influenciando a cultura para o desenvolvimento símbolos apropriados para criação de novos negócios de risco
Realidade como construção social	Uma pessoa, que vê o processo de criação como uma parte dominante em sua realidade diária	O desenvolvimento do negócio é parte natural da realidade social	Ativando e renovando a comunicação e as ações de risco no negócio
Realidade como manifestação da intencionalidade humana	Uma pessoa que vê sua existência como resultado de suas próprias expectativas e potencial	Por pessoas com "intuição eidética" sobre desenvolvimento do negócio	Considerando o poder da imaginação das pessoas, e confiando em sua habilidade criativa inerente

Fonte: Bjerke (2000, p.8)

### Quadro 8 – Tipos de empreendedores

Segundo Bjerke (2000) esse quadro possibilita verificar que as pesquisas que visam explicar o empreendedor e o empreendedorismo atribuem aos mesmos os seguintes significados:

1. Agente que responde racionalmente às circunstâncias e às mudanças externas, estando orientado por uma necessidade de realização.

2. Fenômeno colocado em uma estrutura, em um processo ou em um campo da informação, passível de se analisar e construir modelos de explicação válidos.

Bjerke (2000) afirma ainda que essas definições orientam os principais temas de pesquisas explicativas que são: empreendedorismo, crescimento e desenvolvimento; a personalidade empreendedora; as circunstâncias empreendedoras e processo empreendedor. Tais pesquisas resultam, na maior parte dos casos, em modelos prescritivos de sucesso.

No entanto, a pesquisa compreensiva atribui ao empreendedor e empreendedorismo os seguintes significados:

1. Ator que executa suas ações de acordo com os próprios símbolos, realidade social e intencionalidade.

2. Fenômeno intrínseco a realidade social resultante das ações empreendedoras.

Dando seqüência em sua análise, Bjerke (2000) constata que as pesquisas de compreensão do empreendedorismo podem ocorrer em três campos, a saber:

Nível	Individual	Social	Discurso
Objetivo	Construção e interpretação do empreendedor	Ação do empreendedor na realidade social	Controle do discurso social conhecimento como o poder
Referencial	Fenomenologia/ Hermenêutica	Fenomenologia Social	Pós-modernismo

Fonte: Bjerke (2000, p.9)

#### **Quadro 9 – Níveis de pesquisa**

Após essa análise mais aprofundada dos tipos de pesquisa, pode-se retomar a seguinte pergunta: deve-se explicar ou compreender o empreendedorismo? De fato, constatou-se que as pesquisas de caráter explicativo e compreensivo apresentam muitas diferenças no tocante as suas metodologias de investigação e referencial teórico. Contudo, essas diferenças não constituem argumentos para sobrepor a importância de uma em detrimento da outra. Assim, reforça-se que cada tipo de pesquisa apresenta sua relevância própria, sendo instrumentos indispensáveis à construção da epistemologia do empreendedorismo.

A presente pesquisa é de cunho fenomenológico social e visa **compreender** o fenômeno empreendedor inserido na sociedade, ainda que em um segundo momento busque objetivar seus resultados em uma construção típico ideal do empreendedorismo. Assim, a investigação é orientada pelo estudo da ação empreendedora em perspectiva social, e não como um ato isolado.

A ação é formulada a partir de motivos, conforme visto, porém tais motivações do ser empreendedor são influenciadas pelo mundo da vida no qual se encontra inserido e, em constante relacionamento com o outro. Além disso, o resultado de sua ação não repercute somente em si próprio, envolvendo pessoas que podem ou não compor seu círculo social. Entenda-se por círculo os indivíduos com os quais o empreendedor apresenta vivência direta em seu cotidiano. Nickels (2001) argumenta que a ação deve ser abordada em uma perspectiva social na medida em que:

1 – As organizações são criadas socialmente, mediante a participação de pessoas que assumem o papel de atores;

2 – Os atores sociais dispõem de capacidade de cognição e emoção, tendo motivos e interesses e tomando decisões a respeito de seus próprios atos nas organizações;

3 – Os atores cumprem papéis de protagonistas na construção, manutenção e modificação das organizações;

4 – A compreensão do sentido das situações sociais na organização somente pode ser conhecida a partir dos significados que os atores atribuem aos seus atos.

5 – Os atos relevantes não são apenas os executados por autoridades ou líderes, mas por todas as pessoas envolvidas no processo.

Nesse sentido, faz-se pertinente discorrer sobre o desenvolvimento do empreendedorismo na sociedade contemporânea.

### **2.3 O EMPREENDEDORISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

O mundo no qual o empreendedor atua não é um mundo privado, mas uma esfera comum a todos os indivíduos. É na sociedade que o homem pensa,

desenvolve e finaliza seus pensamentos e ações. Sendo o homem um ser social, não há como analisar suas ações sem compreender a sua vivência na sociedade.

Filion (1999) considera o empreendedor um ser social, produto da época e lugar que habita e diretamente influenciado por seu círculo de relações ou por líderes e figuras importantes, tomados como “modelos”. Desse modo, pode-se afirmar que o empreendedorismo representa também, além das capacidades instrumentais, técnicas e valores sociais.

Segundo a pesquisa “*Entrepreneurship Comparative Study in Latin América and Ásia*” realizada em vários países, foi possível constatar que, no caso brasileiro, no qual foram entrevistados cento e cinquenta empreendedores, proprietários de empresas abertas no Estado de São Paulo, a partir de 1990, o perfil encontrado mostra claramente que o empreendedor é fruto de um processo de desenvolvimento social (BACIC, 2001).

O empreendedor é uma pessoa que se fez dentro da sociedade. Possuidor de motivações endógenas, relativas à auto-realização e à vontade de colocar em prática seus conhecimentos, conseguindo transformar estas inquietações em um empreendimento a partir de uma longa interação com pessoas (família, amigos, colegas de trabalho, relações comerciais, conhecidos), empresas e com o apoio relativo de instituições (BACIC, 2001).

Nessa interação encontra e desenvolve as competências necessárias para a ação empreendedora. Por trás de cada novo empreendimento, mais que um empreendedor individual encontra-se uma equipe empreendedora. O empreendedor é um ser coletivo (BACIC, 2001).

Assim, a ação empreendedora pode contribuir significativamente com o desenvolvimento da sociedade, posto que introduz inovações, satisfaz demandas específicas e torna mais densas a rede de relações interempresariais (BACIC, 2001).

Logo, destaca-se que o empreendedorismo é visto na sociedade como uma atividade benéfica e intimamente ligada ao sucesso. O reconhecimento social do indivíduo como empreendedor depende do alcance de êxito em suas ações. Em âmbito social a ação empreendedora não é somente, por exemplo, a inovação, mas a inovação que resulta em sucesso.

Esse cenário vai transformando o empreendedor em uma pessoa bem quista, um herói, seja no ambiente empresarial ou em qualquer outra esfera social, posto que é sinônimo de determinação, coragem e liderança.

Souza Neto (2001) afirma a literatura de negócios em geral torna o empreendedor um “super homem” entre os demais atores da sociedade. Segundo o autor, histórias que narram trajetórias de empresários de sucesso fomentam a criação de um imaginário de poder e de sucesso vinculado ao empreendedor, contribuindo para a criação de uma imagem romântica desse indivíduo.

Assim, o empreendedorismo assume um papel social próprio, sendo que o empreendedor passa a depender do êxito para ser reconhecido e valorizado. No ambiente empresarial, o agente empreendedor passa a apresentar tarefas diferenciadas do administrador, sendo considerado um gestor da inovação e não apenas um gestor de negócios. O quadro a seguir ilustra a assertiva acima.

<b>Temas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Empreendedor</b>
Motivação principal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária, status, poder etc.	Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro
Referência de tempo	Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensais etc. e com horizonte de planejamento anual	Sobreviver e atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio
Atividade	Delega e supervisiona	Envolve-se diretamente
Status	Preocupa-se com o <i>status</i> e como é visto na empresa	Não se preocupa com o <i>status</i>
Como vê o risco	Com cautela	Assume riscos calculados
Falhas e erros	Tenta evitar erros e surpresas	Aprende com erros e falhas
Decisões	Geralmente concorda com seus superiores	Segue seus sonhos para tomar decisões
A quem serve	Aos outros (superiores)	A si próprio e aos seus clientes
Histórico familiar	Membros da família trabalharam em grandes empresas	Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base do relacionamento	As transações e acordos são à base do relacionamento

Fonte: adaptado de Dornelas (2001)

#### **Quadro 10 – Diferenças entre administrador e empreendedor**

Dessa forma, o meio social empresarial acaba por diferenciar, ou seja, abrir lacunas entre o administrador e o empreendedor. Alguns autores reforçam que isso deveria ser evitado, pois o ideal era que todos os gestores apresentassem uma integração de habilidade técnicas e empreendedoras.

Essas diferenças, aliadas à crença que o empreendedor induz o desenvolvimento econômico fazem com que, conforme visto anteriormente, o empreendedorismo seja cada vez mais inserido nas matrizes curriculares de vários cursos, além de ser trabalhado em escolas de formação básica.

Essa inserção é uma comprovação que a atividade empreendedora é vislumbrada positivamente pela sociedade, além de estar se configurando em uma necessidade. O empreendedor passa a ser um modelo a ser seguido.

Para Dornelas (2001, p. 21):

...o momento atual pode ser chamado de era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Desse modo, essa pesquisa analisa a ação empreendedora de um agente inserido em uma sociedade que o vislumbra como sinônimo de sucesso. Para isso, a seguir discute-se o método de investigação adequado a essa pesquisa para a abordagem social do empreendedorismo.

### 3 SOBRE O MÉTODO

O trabalho realizado por Alfred Schütz busca estabelecer os fundamentos de uma sociologia fenomenológica. Para isso, o autor utilizou-se da obra fenomenológica de Husserl para aprofundar a sociologia da compreensão desenvolvida por Max Weber.

Schütz (1972) objetivava, ainda, solucionar a questão da metodologia da pesquisa em ciências sociais. Essa problemática, conforme discutido em tópico anterior, surge em função de alguns estudiosos acreditarem ser possível investigar a sociedade empregando uma metodologia similar à usada na pesquisa em ciências naturais.

Para lograr êxito em tal pretensão, o autor tentou conciliar subjetividade e objetividade, propondo a construção típico-ideal de objetos de pesquisa social. Para isso, ele utilizou-se da fenomenologia para desvelar os significados singulares dos fenômenos sociais e da formulação de tipos ideais weberianos na tentativa de objetivar e generalizar seus resultados. Destaca-se que esses tipos ideais não constituem um “dever ser” axiológico, ou seja, um modelo de perfeição, mas sim uma cristalização das experiências das pessoas no mundo cotidiano, sendo resultado de um processo de interseções que deriva para uma síntese de reconhecimento do objeto em estudo (SCHÜTZ, 1972).

Portanto, não há como analisar o pensamento de Schütz (1972), sem antes apresentar uma breve introdução dos pressupostos da fenomenologia de Husserl e da Sociologia Compreensiva de Weber.

#### 3.1 FENOMENOLOGIA

Em “A idéia da fenomenologia”, Husserl define-a como uma ciência, uma conexão de disciplinas científicas; mas, ao mesmo tempo e acima de tudo, a “fenomenologia” designa um método e uma atitude intelectual: a atitude especificamente filosófica, um método especificamente filosófico (HUSSERL, 1990).

Para Rezende (1990), a fenomenologia não é um discurso da evidência, mas das verdades em todas as suas manifestações. Sanders (1982) complementa arguindo que a fenomenologia procura tornar explícita a estrutura e o significado implícito da experiência humana.

Masini (1989), por sua vez, apresenta a fenomenologia como tendo, enquanto objeto de estudo, o próprio fenômeno, ou seja, as coisas mesmas e não o que se diz delas. O enfoque fenomenológico furta-se à validação do já conceituado sem prévia reflexão e volta-se para o não pensado, através de uma reflexão exaustiva sobre o objeto de seu estudo, denunciando os pressupostos subjacentes.

O ponto de partida de toda investigação fenomenológica são as experiências do ser humano consciente, que vive e age em um mundo que ele percebe e interpreta e que faz sentido para ele. Para lidar com esse mundo, ele utiliza um modo de intencionalidade espontâneo, em termos intelectuais, mas ainda assim ativo: não há fase ou aspecto da consciência humana que surja de si e por si próprio; a consciência é sempre consciência de algo (SCHÜTZ, 1979).

Assim, na fenomenologia a intencionalidade da consciência do pesquisador é tida como fato primário e irreduzível e apresentada como uma direção do fluxo da consciência, refletida em uma vivência intencional que se concretiza pelos atos voltados ao seu objeto de investigação. Segundo Capalbo (1996, p.19):

A consciência se define essencialmente em termos de intenção voltada para um objeto. Perceber não é receber sensações na psique. Não nos é possível separar o fenômeno e a coisa em si. O fenômeno é conhecido diretamente, sem intermediários, ele é objeto de uma intuição originalmente doadora.

Logo, a fenomenologia descreve e analisa o significado e a relevância da experiência humana, sendo uma tentativa elucubradora para resgatar o contato original com o objeto, que se perdeu em especulações metafísicas abstratas ou reduções matemáticas. Sempre há uma volta às origens (BOAVA, 2004).

Por fim, visando uma maior compreensão dessa vertente filosófica, apresenta-se uma síntese dos principais fundamentos da fenomenologia proposta por Edmund Husserl, de acordo com Banda (2004).

- Trata-se de um método derivado de uma postura, que se presume livre de pressupostos, que tem como objetivo proporcionar o conhecimento filosófico e as bases sólidas de uma ciência do rigor.

- Analisa os fenômenos inerentes à consciência e não especula sobre visões pré-concebidas, isto é, fundamenta-se na essência dos fenômenos e na subjetividade transcendental, considerando que as essências somente existem na consciência.

- É um método descritivo, conduzindo a resultados específicos que não permitem generalizações, como no caso da pesquisa científica pertinente às ciências naturais.

Portanto, a fenomenologia, conhecimento fundamentado nas essências, é um saber absolutamente necessário que se contrapõe ao conhecimento baseado na observação dirigida dos dados.

### **3.2 SOCIOLOGIA COMPREENSIVA**

Weber (1991) acreditava que as ciências naturais e sociais apresentavam uma diferença considerável entre si. O homem, objeto de interesse e estudo das ciências sociais, possui certo grau de consciência de seus atos, ao passo que os objetos de estudo naturais são desprovidos de consciência. Assim, define sociologia como uma ciência que tenta compreender de modo interpretativo a ação social e através disso explicá-la causalmente em termos de curso e efeitos.

Tal ação é uma conduta humana que envolve significância para o próprio indivíduo praticante do ato. Tal conduta representa o caminho para compreensão da sociedade através da apreensão das intenções do homem. Contudo, destaca-se que conduta humana somente é considerada ação quando está dotada de significado. Essa conduta intencionada e intencional torna-se social quando é dirigida à conduta de outros. Desse modo, Weber (1991) torna claro que, em se tratando do estudo científico da sociedade, deve-se orientar pelos agentes sociais e, em particular, pelo significado que a ação social teve para ele (GORMAN, 1979).

O sociólogo destaca duas possibilidades de abordagem da ação social:

**Real:** fundamenta-se através da observação do procedimento visível do ser humano, o que remete a sua intenção inicial.

**Explanatória:** pressupõe um maior aprofundamento para compreensão da motivação do homem enquanto agente social.

O autor apresenta ainda uma tipologia da ação social, a saber:

1. Racional segundo fins pré-estabelecidos: orientada por expectativa no comportamento, tanto de objetos externos, como de outros homens, e utilizando essas experiências como condições ou meios para conseguir fins particulares, racionalmente avaliados e perseguidos.

2. Racional segundo valores: orientada pela crença consciente no valor (ético, moral, religioso, entre outros).

3. Afetiva: orientada por emoções e estados sentimentais atuais (prazer, vingança, ódio, amor, entre outros).

4. Tradicional: determinada por um costume, geralmente, passado hereditariamente.

Weber (1961) interessou-se substancialmente pela ação racional, não por achar que seja o tipo mais freqüente de ação humana, mas por ser o mais acessível à análise de um possível observador (SCHÜTZ, 1979). Para estudar esse tipo de ação, o autor propôs a construção de tipos ideais, que são construções de um tipo extremo da conduta humana, evidenciando suas condições puras. Nos dizeres de Weber (1961, p.115):

Um tipo ideal é formado pela acentuação unilateral de um ou mais pontos de vista e pela síntese de um grande número de fenômenos individuais concretos, difusos, discretos, mais ou menos presentes e ocasionalmente ausentes, e que são dispostos conforme os pontos de vista unilaterais numa construção analítica unificada. Em sua pureza conceitual, esse construto mental não pode ser encontrado empiricamente em parte alguma da realidade.

Vale ressaltar que o tipo ideal proposto por Weber somente é válido para análise de ações racionais, posto que esse tipo representa uma tentativa de prevenção do comportamento social. Schütz (1979, p.23) afirma que o tipo ideal:

...facilita a verificação de como os fatos empíricos se desviam do ideal, e quais os fatores acidentais e irracionais que causam esse desvio. O procedimento da investigação é muito simples. Os observadores descobrem se os fatos empíricos selecionados levam, de fato, a resultados consistentes com as intenções subjetivas do agente (racional). Fazem isso, pela criação de um modelo ideal que indica um típico objetivo racional desejado, e os típicos meios racionais adequados para alcançar o objetivo proposto. Pela comparação empírica das ações observadas com o tipo ideal, os pesquisadores podem julgar se os atores sociais fizeram as suposições corretas no que diz respeito as suposições sobre a conduta dos outros, como os objetivos poderiam ser atingidos de forma mais eficiente e que fatores imprevisíveis podem ter influenciado o resultado.

Portanto, Weber (1961) definiu como função da sociologia não a especulação metafísica e sim uma descrição simples e cuidadosa da vida social.

### **3.3 FENOMENOLOGIA SOCIAL**

Para Schütz (1972) a primeira tarefa da sociologia fenomenológica consiste em descrever os processos de estabelecimento e interpretação de significado tal como os realizam as pessoas que vivem no mundo social. Ressalta que esta descrição pode ser empírica ou eidética. Pode tomar como tema a pessoa ou o tipo. Pode realizar-se em situações concretas da vida cotidiana ou com alto grau de generalidade. Além disso, a sociologia fenomenológica pode focar os objetos culturais e tratar de compreender o seu significado, aplicando-lhes os esquemas interpretativos. Nesse tópico, aborda-se os principais aspectos dessa vertente teórica que se constitui o referencial empregado na presente pesquisa.

### 3.3.1 Fundamentos – Intersubjetividade no mundo da vida

Os trabalhos de Alfred Schütz se baseiam no pressuposto inicial que o homem vive no mundo do senso comum ou da vida, relacionando-se com outros homens. O mundo da vida cotidiana:

...significa o mundo intersubjetivo que existia muito antes do nosso nascimento, vivenciado e interpretado por outros, nossos predecessores, como um mundo organizado. Ele agora se dá à nossa experiência e interpretação. Toda interpretação desse mundo se baseia num estoque de experiências anteriores dele, as nossas próprias experiências e aquelas que nos são transmitidas por nossos pais e professores, as quais, na forma de “conhecimento à mão”, funcionando como um código de referência (SCHÜTZ, 1979, p. 72).

O homem vive nesse mundo em uma constante atitude natural, ou seja, sempre adota uma postura mental que as coisas são tidas como pressupostos. Em atitude natural, o homem aceita a existência da sociedade, compreendendo que o mundo não é privado, mas sim comum a todos.

Nesse sentido, o homem vê como pressuposto a existência material de semelhantes, sua vida consciente, a possibilidade de intercomunicação e a qualidade histórica da organização social e da cultura, da mesma forma que vê como pressuposto o mundo da natureza no qual nasceu (SCHÜTZ, 1979).

Assim, o homem visualiza que além do *ego* que há dentro dele, existe o *alter ego*, ou seja, toma consciência da existência do outro. Devido a isso, Schütz (1972) afirma que o mundo da vida é essencialmente intersubjetivo. Esse homem interpreta de forma espontânea sua rotina de afazeres diários, legitimando todos os valores intrínsecos à vida social, tais como regras de controle, relações de poder, classes, religião, trabalho e demais tipos de contratos para convivência social. Além disso, o homem possui uma situação biográfica determinada, apresentando uma história resultante da sedimentação de todas as suas experiências (SCHÜTZ, 1972).

Dessa forma, dependendo das motivações, crenças, valores, costumes vivenciados pelo ser, esse apresentará uma percepção distinta e particular

do mundo. A situação biográfica é específica de cada sujeito. Nesse sentido, pode-se dizer que o mundo da vida cotidiana, comum a todos, se torna único e particular quando observado a partir de uma dada situação biográfica. Logo, o mundo quando filtrado através de “minha” situação biográfica se torna o “meu” mundo (GORMAN, 1979).

Faz-se necessário ressaltar um outro aspecto relevante na situação biográfica de vida que é o conhecimento empregado para se interpretar o mundo. Tal conhecimento constitui um padrão para assimilação e reconhecimento de informações, podendo ser denominado “acervo de conhecimento ao nosso alcance”. Esse acervo de conhecimento são tipificações acumuladas desde a infância, que permitem ao homem representar o mundo do senso comum ou da vida.

Assim, em qualquer parte do mundo, o homem, ao analisar objetos, animais, plantas, automóveis, saberá reconhecê-los e decodificá-los de imediato, independentemente do estabelecimento de diálogo com outra pessoa.

Nesse processo, algumas características gerais desses elementos são priorizadas, em um primeiro momento, em detrimento de sua individualidade. Ao vislumbrar uma árvore, o homem a reconhece imediatamente, sem considerar o tamanho do seu tronco, tonalidade de suas folhas, ou demais características que a individualizam. Essas serão analisadas posteriormente, nunca excluídas.

Logo, as tipificações são esquemas descritivos impessoais de reconhecimento universal do mundo da vida. Esse acervo de conhecimento é dinâmico e particular, se enriquecendo e ampliando no decorrer da existência humana (SCHÜTZ, 1972).

Assim, ainda que a situação biográfica permita a objetivação do mundo da vida, ela é essencialmente subjetiva. O homem define sua espacialidade e temporalidade de acordo com suas próprias posições no espaço e tempo.

As expressões em frente, ao lado, próximo, existem em função da localização do homem que as utiliza, como o agora, mais tarde são empregadas em função de aspectos temporais desse mesmo ser (GORMAN, 1979).

Com base nessa questão da temporalidade e espacialidade, Schütz (1972) aponta a existência de quatro tipos de *alter ego* na sociedade, a saber:

**Predecessores** – pessoas que existiram em uma realidade passada. Somente tomamos consciência de sua existência por leituras ou relatos.

**Contemporâneos** – pessoas que estão vivas na mesma realidade temporal, ou seja, no presente.

**Consócios** – pessoas que convivem diretamente na mesma realidade temporal e espacial.

**Sucessores** – pessoas que viverão após a morte dos contemporâneos e permanecerão anônimas para os mesmos para sempre.

Dentre esses tipos de pessoas, destaca-se os contemporâneos e consócios, pois somente esses são capazes de estabelecer um “relacionamento Nós” e vivenciarem uma “situação face a face”.

Esses termos foram cunhados por Schütz (1972) e advêm do fato da consciência do ser desenvolver “orientações para o tu” (*alter ego*), ou seja, em sua forma pura, as “orientações para o tu” surgem da captação por uma pessoa da existência de outra em interações face a face.

Assim, se a “orientação para o tu”, de uma pessoa é correspondida por outra, se ambas intencionalmente se voltam uma para outra, resulta daí um “relacionamento Nós”. O envolvimento “face a face” com os outros é a principal forma de encontros sociais.

Tal envolvimento, geralmente, acontece quando duas pessoas compartilham a mesma comunidade de espaço e tempo, em suma, é a consciência da presença do outro. Devido a isso, ocorre a simultaneidade da vida, na qual um ser pode experimentar o fluxo de pensamento do outro.

Esse conceito de simultaneidade se deve ao fato do homem só poder atribuir significado a sua ação passada ou futura, sendo que no presente cabe a ele observar as vivências dos demais quando ocorrem realmente. Ao homem cabe esperar que suas ações transcorram para poder refletir sobre elas no passado. Para Schütz (1972), ninguém pode se ver em ação, assim como tampouco pode conhecer o estilo de sua própria personalidade.

Nos dizeres de Gorman (1979, p. 55):

Embora, de modo geral, conheçamos mais sobre nós mesmos do que sobre o *alter ego*, há uma impressão de que nosso conhecimento dele ultrapassa o nosso autoconhecimento. Quando refletimos sobre nós mesmos, percebemos apenas atos passados, pois o ato de refletir requer que olhemos para uma parte de nós mesmos que já “foi”, e que é agora olhada de certa distância. O presente é inacessível à atitude reflexiva. Mas o nosso

conhecimento do outro, ao contrário, é obtido dentro do presente imediato pela compreensão de sua subjetividade em nossas atuais correntes de consciência. O *alter ego* é, conseqüentemente, definido como “aquela corrente subjetiva de pensamento que pode ser vivenciado no seu presente vivido”.

Dessa forma, somente em um “relacionamento Nós” compreende-se os significados que os outros atribuem aos fatos, visualizando sua singularidade derivada de sua situação biográfica particular.

A partir disso, tem-se que o mundo social ou da vida é *intersubjetivo*, comum a todos os homens. Nesse mundo, o homem se relaciona e confere significado a sua ação. A ação no mundo da vida é delineada como ação social quando o ator a direciona para outras pessoas, as quais ele vislumbra como seres conscientes (SCHÜTZ,1972).

### **3.3.2 A motivação presente na ação social**

Schütz (1972), após fundamentar seu trabalho na intersubjetividade do mundo da vida, volta seu interesse para o estudo da ação social racional que se desenvolve no cerne desse ambiente.

Para Banda (2004, p. 22) esse interesse é despertado na medida em que:

...os fenômenos sociais que abarcam os atos humanos não podem ser compreendidos sem serem vistos como atividades humanas de criação, ou seja, sem conhecer os propósitos para os quais estão sendo destinados, bem como sem refletir essas atividades aos motivos que as originaram. Pela teoria dos motivos pode-se aprofundar a teoria da ação humana.

Destaca-se que todas as considerações feitas por esse estudioso acerca da ação social são condicionadas à racionalidade da mesma, ou seja, Schütz (1972) abordou fundamentalmente, segundo a classificação weberiana, a ação social orientada para objetivos.

Isso se justifica por esse tipo de ação ser um resultado mais direto da intencionalidade da consciência, um dos pressupostos básicos da fenomenologia: toda consciência é consciência de algo (HUSSERL, 1988).

Para compreensão dessa ação social é necessário, primeiramente, conhecer o significado da expressão “possibilidades problemáticas”. Esse conceito relaciona-se com o ato da reflexão desenvolvida pelo homem antes de agir. Tal reflexão leva o homem a suspender sua atitude natural de aceitação perante o mundo, esse passa a perceber que é livre para decidir o curso de sua vida.

Assim, o indivíduo projeta a sua ação no futuro, qual a melhor maneira de executá-la para alcançar o fim desejado. Nesse ponto, ele confronta-se com a dúvida entre as possibilidades existentes para concretização de sua ação.

Destaca-se que as possibilidades problemáticas não são apenas possibilidades em aberto. As possibilidades problemáticas pressupõem contestação, ou seja, as opções se contradizem, cada uma delas tem uma solução diferente e oposta para a resolução de uma questão. Assim, cabe ao ator escolher livremente qual das possibilidades serão concretizadas.

A **liberdade** confere à ação um caráter subjetivo. Segundo Schütz (1972, p.96):

...a ação voluntária é o critério da conduta significativa, o “significado” dessa conduta só consiste na escolha: na liberdade para se comportar de uma maneira ou de outra. Isto significa não só que a ação é “livre”, mas que os fins dos atos se conhecem apenas no momento da decisão, em síntese, existe uma livre escolha entre os possíveis fins.

Aprofundando seus estudos sobre a projeção e liberdade de escolhas intrínsecas à ação social, Schütz (1972) verifica a existência de dois tipos de motivos presentes nessa ação, o “motivo para” e o “motivo porque” de sua execução.

Os “motivos para”, geralmente, evidenciam a existência de um projeto de vida do sujeito, uma projeção do futuro, ou seja, a ação está ligada a um plano de conduta. Esse plano é elaborado com base “no acervo de conhecimento ao nosso alcance”, em especial, fundamentado em experiências passadas semelhantes ao projeto atual. Para Gorman (1979, p. 61):

Todos os motivos individuais “a fim de” são formas fragmentárias dentro de um plano preconcebido para toda vida. Esse projeto de vida nos fornece um critério para determinar subjetivamente a “melhor” escolha em determinadas situações. Em outras palavras, não existem projetos isolados. Todos os motivos “a fim de” e projetos a longo prazo são formados subjetivamente por cada ator livre.

Grande parte dos “motivos para” são projetados através de um processo de idealização particular baseada na idéia de “posso fazer isso novamente”. No mundo da vida utiliza-se do passado para construção de modelos que orientem o alcance dos fins desejados.

Ao se introduzir o passado na busca pelos “motivos para” encontra-se as manifestações dos “motivos porque” da ação social. Esses últimos são acontecimentos já concluídos na vida do ator social. Eles explicam certos aspectos da realização do projeto, portanto, têm uma realidade temporal voltada para o que já ocorreu. Segundo Schütz (1974a, p.89):

O motivo pode ter um sentido subjetivo e outro objetivo. Subjetivamente, se refere à experiência do ator que vive no processo em curso de sua atividade. Para ele, o motivo significa o que tem realmente em vista e que confere sentido a ação que desempenha, e este é sempre o “motivo para”, a intenção de criar um estado de coisas, de alcançar um fio pré-concebido. Entretanto, o ator vive sua ação em curso, não tendo em vistas seus motivos do tipo “porque”. Somente quando a ação foi cumprida pode voltar a sua ação passada como observador de si mesmo e investigar as razões que o levaram a agir daquela forma. Em todos os casos, os “motivos porque” se referem às experiências passadas. Por sua estrutura temporal, somente se revela através de um olhar retrospectivo.

Desse modo, os “motivos porque” constituem uma categoria objetiva acessível ao observador. Tais motivos constituem causas objetivas dos projetos humanos, livres e subjetivamente definidos.

Sob essa perspectiva, considera-se que a ação empreendedora constitui um projeto, trazendo em si os “motivos para” do sujeito empreendedor e quando realizada permite a atitude reflexiva desse mesmo sujeito, conduzindo o investigador aos “motivos porque” da ação. Assim, verifica-se que a ação social

desenvolvida no mundo da vida envolve motivação, racionalidade, planejamento, projeção, liberdade de escolha, e deliberação (SCHÜTZ, 1979).

A partir dessa investigação da ação social, Schütz (1972) propõe a construção de tipos ideais, um enquadramento específico para dar relevo à diversidade dos fenômenos sociais. Esse tipo centra-se no processo da conduta da ação.

A compreensão do tipo ideal deduz em uma forma característica do “motivo para” e o “motivo porque” de um ato manifesto através da identificação da meta e da justificativa constantemente objetivada para o ato.

Schütz (1972) constata que quando o ser humano se distancia de um “relacionamento Nós” com outro indivíduo, ocorre uma perda das características específicas desse outro. Nesse caso, o ser passa a construir linhas de ação que prescrevem o comportamento típico esperado, de atores típicos, em situações típicas.

Após essa tipificação, Schütz (1972) propõe ainda a tipificação de uma pessoa ideal para determinada conduta humana, ou seja, o autor acredita que é possível objetivar o processo de execução de uma ação e da pessoa que a realiza. Ambos os tipos são estreitamente ligados.

Os tipos ideais de pessoas são anônimos, ou seja, não importa quantas pessoas são categorizadas sob o tipo ideal, ele não corresponde a nenhuma delas em particular. Segundo Schütz (1979, p. 221) foi exatamente isso que levou Weber (1961) a chamá-lo de “ideal”.

O tipo ideal em Schütz (1972) é elaborado a partir da vivência dos sujeitos. Segundo Jesus et. al. (1998, p. 32) é o tipo vivido cujo sentido é obtido num ato vivido. O tipo vivido concreto possibilita a compreensão das formas significativas de vivência e a compreensão significativa de uma subjetividade comum.

### **3.3.3 O Tipo Ideal na Pesquisa Social**

Schütz (1974b, p. 85) utiliza o termo títere para qualificar o tipo ideal de Weber (1961), em função de o pesquisador poder criar, observar e analisar os seres humanos no cenário social que investiga. A análise do mundo social indica a

origem da tipificação. Na vida diária, o homem tipifica as atividades humanas como meios adequados para lograr determinados efeitos, não como emanações da personalidade de seus semelhantes. Assim, o tipo ideal na pesquisa social é um quadro de análise utilizado para se esclarecer o problema para o qual foi construído.

Bruyne, Herman e Schoutheete (1991, p. 31-36), investigando a dinâmica da pesquisa nas ciências sociais, observam que esta é complexa, sendo o ambiente societal de importância fundamental nessa discussão, pois desde o início e ao longo de toda sua elaboração a investigação é influenciada por uma série de fatores, chamados de campos, que atuam no seu desenvolvimento.

**Campo da demanda social:** como membro de uma sociedade específica, o pesquisador tem sua atividade legitimada pelo sistema sócio-cultural desse meio. O conjunto de pesquisadores, as teorias e as experiências, os rituais e as normas, as instituições acadêmicas e científicas exercem controle sobre a pesquisa. Essa sociedade do discurso elabora a ética da pesquisa e a uniformização da linguagem.

**Campo axiológico:** implica os valores sociais e individuais que condicionam a pesquisa científica. Os valores culturais impõem ao pesquisador a escolha de suas problemáticas, dos temas que investiga.

**Campo doxológico:** o senso comum, o saber não sistematizado, as evidências da prática cotidiana. A prática científica retira desse campo suas problemáticas específicas, possibilitando o surgimento de conhecimentos mais elaborados.

**Campo epistêmico:** estado das teorias, da reflexão epistemológica, metodologia e técnicas de investigação. Há aqui o reconhecimento do grau de objetividade do conhecimento científico.

A metodologia é a lógica dos procedimentos científicos em sua gênese e em seu desenvolvimento, devendo ajudar a explicar não somente os resultados das investigações, como ainda o processo de identificação dos mesmos. Nesse sentido, esses campos de influência na pesquisa social, são articulados a partir de quatro pólos metodológicos que determinam à prática científica e concorrem para a cientificidade das práticas de pesquisa.

Para Bruyne, Herman e Schoutheete (1991) os pólos apresentam as seguintes assertivas:

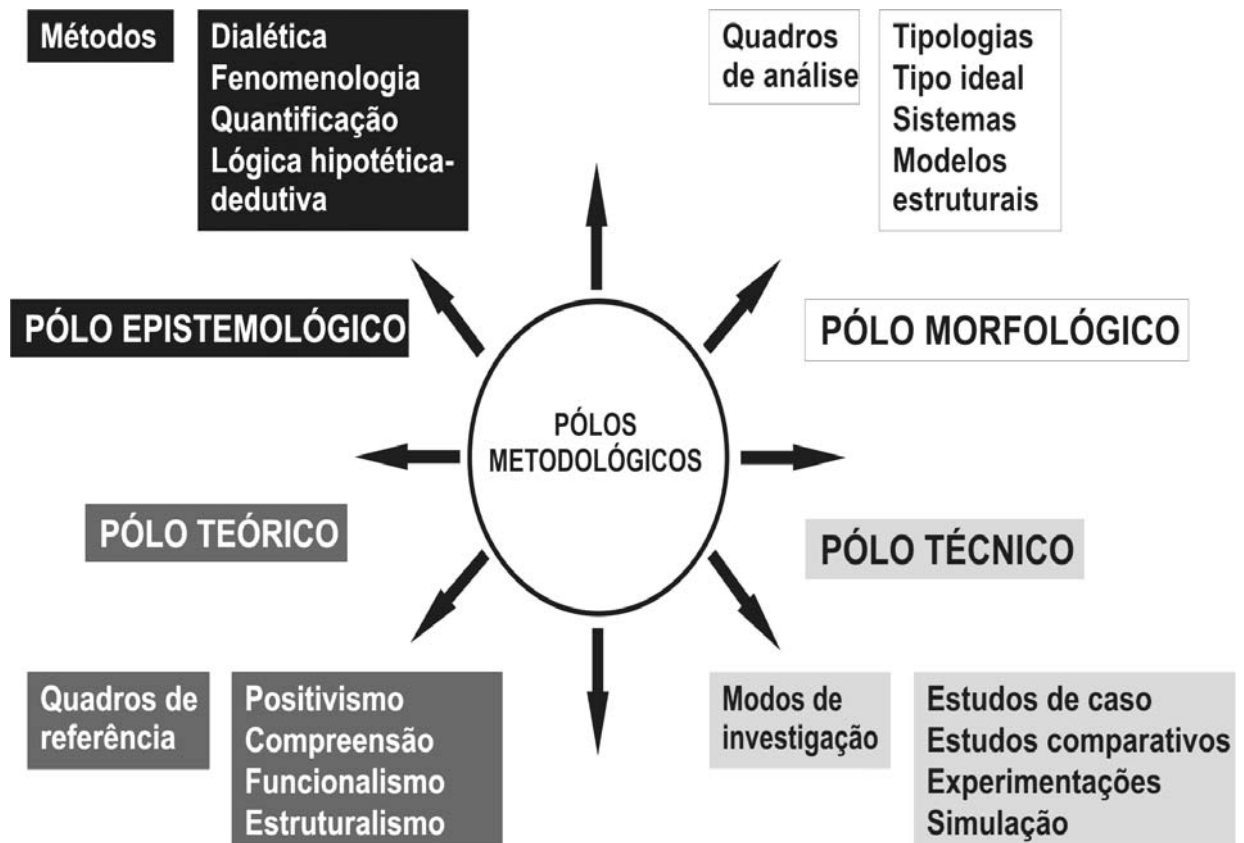
**Pólo epistemológico:** garantia da objetivação (produção) do objeto científico. Decide as regras de produção e de explicação dos fatos, da compreensão e da validade das teorias. Faz uso de processos discursivos e métodos como a dialética, a fenomenologia, a lógica hipotética-dedutiva e a quantificação. Esses processos não se excluem mutuamente, podendo ser onipresentes, ou não aparecer em certos tipos de pesquisa.

**Pólo teórico:** embasa a formulação de hipóteses e construção de conceitos. Propõe regras de interpretação dos fatos, de especificação e de definição das soluções dadas às problemáticas. Utiliza quadros de referência que desempenham papel paradigmático implícito, sendo os principais o positivista, o compreensivo, o funcionalista e o estruturalista.

**Pólo morfológico:** enuncia as regras de estruturação e de formação do objeto científico, além de ordenar seus elementos constituintes. Os principais quadros de análise são a tipologia, o tipo ideal, o sistema e os modelos estruturais.

**Pólo técnico:** controla a coleta de dados, sendo os principais modos de investigação o estudo de caso, estudos comparativos, experimentações e simulação. Esses modos de investigação indicam escolhas práticas pelas quais os pesquisadores optam por um tipo particular de encontro com os fatos empíricos.

A figura a seguir sintetiza essas colocações.



Fonte: Bruyne, Herman e Schoutheete (1991, p. 36)

**Figura 2** – Pólos metodológicos

Desta maneira, esta pesquisa faz uso no tocante ao pólo epistemológico do método fenomenológico, que não investiga objetos em si, mas a representação deles na consciência. A partir dessas representações do objeto na consciência a fenomenologia busca extrair as essências do fenômeno. Assim, o método fenomenológico busca, antes de mais nada, ultrapassar uma visão superficial ou aparente intuição, em busca de uma evidência absoluta e perfeita que seja completa e claramente estabelecida, não necessitando de nada além dela mesma para dar a sua forma (BURRELL; MORGAN, 1979).

Nas dimensões do pólo teórico, a presente pesquisa apresenta um quadro de referência compreensivo, que se firma no pressuposto que a realidade social não possui existência concreta, mas é produto da experiência subjetiva. Para entendê-lo, é preciso priorizar a percepção dos participantes em detrimento do ponto de vista do observador.

Em relação ao quadro de análise, referente ao pólo morfológico, esse trabalho não se adequa a nenhuma das opções traçadas por Bruyne, Herman e Schoutheete (1991). Isso ocorre em função da pesquisa propor a *construção* de um esquema interpretativo típico-ideal de empreendedorismo, e não o emprego de um tipo ideal já existente para análise dos dados coletados.

De forma similar, o estudo não se enquadra perfeitamente em um modo de investigação apresentado no pólo técnico. Há apenas uma possibilidade de se utilizar a classificação “estudo de caso”, já que a pesquisa se desenvolve no universo dos empreendedores envolvidos no meio social de uma incubadora tecnológica. Contudo, pretende-se a objetivação dos resultados ao se formular o tipo vivido, característica incompatível com as pretensões investigativas de um estudo de caso. Segundo Triviños (1987) no estudo de caso, os resultados são válidos só para o caso que se estuda. Não se pode generalizar o resultado atingido. Nesse ponto encontra-se o grande valor do estudo de caso: fornecer um conhecimento aprofundado de uma realidade delimitada

Na seção seguinte, são descritos os procedimentos metodológicos que orientaram o desenvolvimento dessa pesquisa.

## 4 TRAJETÓRIA DA PESQUISA

Neste capítulo, a preocupação central é descrever os caminhos trilhados na tentativa de solucionar a problemática proposta na parte introdutória desse trabalho. São apresentados o delineamento e as questões norteadoras da pesquisa elaboradas em consonância com os objetivos específicos estipulados. Apresenta-se ainda o processo de coleta de dados, que se baseia na realização de entrevistas semi-estruturadas com empreendedores que desenvolvem ações no meio social da Incubadora Tecnológica de Maringá. Esses empreendedores constituem os sujeitos da investigação.

Por fim, tem-se a descrição dos métodos de análise dos dados. Inicialmente, discute-se a dinâmica da abordagem fenomenológica de Sanders (1982) empregada na interpretação dos dados coletados nas entrevistas. Em seguida, apresenta-se os postulados necessários à construção de tipos ideais.

### 4.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Esse trabalho é estruturado a partir de uma abordagem qualitativa de delineamento na linha da fenomenologia social, uma vez que o interesse de pesquisa encontra-se no processo e na forma como o fenômeno se manifesta. Segundo Minayo (1998, p.10), a pesquisa qualitativa é:

...aquela que incorpora a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais. O estudo qualitativo pretende apreender a totalidade coletada visando, em última instância, atingir o conhecimento de um fenômeno em sua singularidade.

Nesse sentido, os fenômenos que não prestam a uma fácil quantificação são os mais apropriados para serem analisados por procedimentos da pesquisa qualitativa em que, segundo Martins e Bicudo (1989) busca-se,

diferentemente da pesquisa quantitativa, uma compreensão particular daquilo que estuda.

O tratamento qualitativo consiste em um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam descrever e decodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Esse tratamento se caracteriza pela adoção dos seguintes pressupostos:

- Compreensão da perspectiva dos agentes envolvidos no fenômeno;
- Visão holística do fenômeno;
- Consciência da natureza dinâmica da sociedade;
- Observação do contexto natural do fenômeno, sem estabelecimento de controle.

Assim, a base dessa pesquisa é qualitativa e descritiva. A pesquisa fenomenológica parte da compreensão do viver e não de definições ou conceitos, e é uma compreensão voltada para o perceber.

Essa compreensão, que orienta a atenção para aquilo que se vai investigar, é advinda, segundo Masini (1989), da volta ao mundo da vida, no confronto com o mundo de valores, crenças ações conjuntas, no qual o ser humano se reconhece como aquele que pensa a partir desse fundo anônimo que aí está e aí se visualiza como protagonista nesse mundo da vida.

A questão da formulação do tipo ideal de empreendedorismo pode levar a um questionamento do caráter qualitativo da pesquisa. Contudo, ressalta-se que essa objetivação dos resultados é baseada em uma abordagem essencialmente subjetiva dos significados que os empreendedores atribuem a esse fenômeno. Para validar essa assertiva, recorre-se a Ludke e André (1986) que enumeram as características básicas da pesquisa qualitativa, a saber:

- 1 - A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento;
- 2 - Os dados coletados são predominantemente descritivos;
- 3 - A preocupação com o processo é muito maior que com o produto;
- 4 - O *significado* que as pessoas conferem às coisas e a sua vida são focos de atenção especial do pesquisador;

5 - A análise dos dados tende a seguir um processo indutivo. Os pesquisadores não se preocupam em buscar evidências que comprovem hipóteses definidas antes do início dos estudos.

Dessa forma, tem-se que essa pesquisa contempla as principais características da pesquisa qualitativa, posto que o ponto condutor do trabalho consiste na descoberta e análise do significado da ação empreendedora atribuída por empresários incubados.

Segundo Von Mises (1986, p. 104)

O tipo ideal nada tem a ver com médias estatísticas. A maior parte dos elementos que o caracterizam não admitem ponderação numérica, pelo qual é impossível pensar em deduzir médias aritméticas nesta matéria.

Corroborando essa visão, Nickels (2001) afirma que as tipificações do sentido comum são de índole qualitativa, descartando qualquer análise quantitativa baseada em estatística.

Assim, a construção típico-ideal do empreendedorismo é um desdobramento intrínseco a análise dos dados, na medida em que é um pressuposto básico do referencial teórico metodológico de Alfred Schütz.

## **4.2 PERGUNTAS DE PESQUISA**

Tendo como base o problema de pesquisa apresentado, assim como as demais orientações, esse trabalho se norteará a partir dos seguintes questionamentos:

1. Como a Incubadora de Base Tecnológica de Maringá se configura em um meio social para o desenvolvimento da ação empreendedora?
2. Quais os “motivos para” e “motivos porque” presentes na ação empreendedora dos empresários pertencentes à Incubadora de Base Tecnológica de Maringá?

3. A partir das respostas à pergunta acima, qual o tipo ideal de empreendedorismo?

#### **4.3 SUJEITOS DA INVESTIGAÇÃO**

De acordo com Minayo (1998, p.43) a pesquisa qualitativa não pode se basear no critério numérico, para poder garantir representatividade. A amostragem ideal é aquela que possibilita abranger a totalidade do problema investigado em suas múltiplas dimensões.

Na pesquisa fenomenológica, a escolha dos sujeitos deve tender ao equilíbrio entre singular e universal, pois o objetivo é a descoberta de conhecimentos e não a verificação de hipóteses. Assim, a “amostragem” é não probabilística. Os pesquisados são seis empreendedores relacionados ao programa de incubação desenvolvido pela Incubadora Tecnológica de Maringá.

O número de sujeitos não foi estipulado previamente pela pesquisadora. O processo de escolha dos depoentes caracterizou-se como não intencional, sendo que todos os empreendedores incubados foram convidados a responder. A Incubadora apresenta um total de quatorze empresários, sendo que três são responsáveis por empresas na pré-incubação e os demais responsáveis por empresas residentes em estágio de incubação.

Dessa forma, garante-se a validade dos dados, pois os sujeitos de pesquisa estão colaborando com a pesquisa por iniciativa própria, sendo uma escolha pessoal dos mesmos. Além disso, a colaboração espontânea do empreendedor facilita a dinâmica da coleta de dados descrita na seqüência.

#### **4.4 COLETA DE DADOS**

Os sujeitos de pesquisa foram entrevistados a partir das seguintes questões norteadoras:

### **Questões norteadoras**

- Comente aspectos mais significativos de sua vivência como empresário incubado.
- Qual o papel desempenhado pela incubadora de empresas no processo de desenvolvimento da sua ação empreendedora?
- Para que e por que você desenvolve sua ação empreendedora?
- Para você o que significa empreendedorismo?

Conforme visto, o tipo de entrevista empregada é a semi-estruturada. May (2004, p. 148) considera que esse tipo de pesquisa permite que as pessoas respondam aos questionamentos usando os seus próprios termos, o que pode não ocorrer quando submetidas a entrevistas padronizadas.

A entrevista na abordagem fenomenológica não exige uma seqüência de passos, mas um posicionamento do pesquisador frente ao fenômeno estudado, orientado para o desvelamento do significado do mesmo.

Carvalho (1991) propõe que em uma entrevista baseada em referencial fenomenológico, o pesquisador adote os seguintes princípios:

- a) observar e analisar sem estar restrito a um enfoque causal;
- b) interpretar compreensivamente a linguagem, visualizando-a como um veículo de transmissão de significados;
- c) captar os movimentos corporais do entrevistado, posto que o corpo também pode revelar aspectos relevantes sobre o ser.

A escolha da realização de entrevistas se deve ao conceito de situação face a face abordado por Schütz (1972), na qual os seres experienciam o fluxo de pensamento um do outro.

Simão e Souza (1997) afirmam que parte da orientação para se executar uma entrevista fenomenológica refere-se ao estabelecimento da intersubjetividade, na busca pelo “encontro social”, no qual ocorre a troca mútua de percepções. Para Schütz (1972) é se colocar no lugar do “outro”, estabelecendo o “relacionamento Nós”.

Assegurou-se ao sujeito colaborador o anonimato e confidencialidade em relação à divulgação de sua colaboração. Os sujeitos revisaram sua entrevista após a transcrição. Essas medidas reforçam a validade das informações coletadas, pois conferem ao entrevistado maior segurança e liberdade durante a realização das entrevistas.

#### 4.5 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Nos dizeres de Spiegelberg (1984) não há uma doutrina filosófica chamada fenomenologia, mas sim, um método fenomenológico que é, em primeiro lugar, uma forma de ir contra o reducionismo. O autor traz um elenco dos passos dos métodos usados por vários fenomenólogos, a saber:

1. Investigar os fenômenos particulares.
2. Investigar as essências gerais.
3. Captar as relações essenciais entre as essências.
4. Observar os modos de aparição.
5. Explorar a constituição dos fenômenos.
6. Suspender a crença no fenômeno.
7. Interpretar as significações ocultas.

Geralmente, os três primeiros passos são adotados por praticamente todos os fenomenólogos. Os demais são praticados conforme a orientação filosófica que o pesquisador adotar.

Para interpretação dos dados coletados através das entrevistas, empregou-se a abordagem fenomenológica de Sanders (1982). Uma particularidade dessa abordagem é que não existem fases estanques: todo ato de coletar foi também um ato de interpretar.

Para Sanders (1982) existem três componentes fundamentais para a estrutura fenomenológica de pesquisa, a saber:

- a) Determinação dos limites “do que” e “quem” deve ser investigado.

Os objetos de pesquisa mais comuns à abordagem fenomenológica são os fenômenos que não se prestam à quantificação. No tocante ao “quem”

investigar, Sanders (1982) aponta que o pesquisador deve aprender a trabalhar em profundidade com um reduzido número de sujeitos, pois nem sempre a quantidade de sujeitos significa riquezas de informações.

Nessa fase, o pesquisador acumula conhecimentos sobre o seu objeto de pesquisa e daquilo o que o cerca. Isto significa uma abertura da consciência para o fenômeno.

#### b) Coleta de dados

A coleta de dados deve proceder através da realização de entrevistas semi ou não estruturadas com os sujeitos de pesquisa. O tipo de entrevista se deve ao fato do investigador fenomenológico buscar o aprofundamento das respostas e não um contingente elevado de informações soltas e desconectas.

#### c) Análise fenomenológica dos dados

A análise dos dados deve ocorrer a partir da observância dos seguintes procedimentos:

1. Descrição do fenômeno tal qual está apresentado na transcrição das entrevistas.

2. Identificação do temas que emergem dos relatos. O que identifica um tema é sua importância e centralidade, e não a frequência com que aparece no discurso. Ressalta-se que a fenomenologia permite a identificação *do dito pelo não dito*, ou seja, a temas que podem ser inferidos pelo pesquisador.

3. Junção dos temas em unidades de significação que irão caracterizar a estrutura significativa do fenômeno.

Sanders (1982) ressalta que todo o processo de análise dos dados deve ser pautado na execução da redução fenomenológica ou *epoché*. Essa consiste na busca do fenômeno livre de traços pessoais e culturais, o que levará à obtenção da essência. Segundo Merleau-Ponty (1994) a redução se dá não para nos afastarmos do mundo em direção à consciência, ao eu puro, mas sim porque sendo do mundo o temos como tão “evidente” e real, que ele acaba por passar sem ser notado.

A abordagem de Sanders (1982) pautada na redução fenomenológica foi o caminho trilhado para se desvelar os significados que os

sujeitos conferem a sua ação empreendedora. Os motivos “para” e “porque” dessa ação emergiram da análise fenomenológica do discurso dos depoentes.

Assim, da leitura atenta dos depoimentos e da percepção do mundo da vida da incubadora tecnológica busca-se apreender nas falas dos entrevistados os motivos que envolvem a ação empreendedora nesse contexto, focalizando as experiências conscientes desses sujeitos, para chegar ao típico da sua ação.

Na seqüência, ocorreu a construção típica ideal do empreendedorismo e empreendedor. Tal processo se deu através da cristalização dos motivos recorrentes nos significados atribuídos pelos agentes empreendedores à sua ação, somados aos motivos que emergirem de forma implícita ao pesquisador, lembrando que a fenomenologia permite a análise do dito pelo não dito. Tal cristalização obedeceu aos três postulados estipulados por Schütz (1972, p. 67-68) para que os pesquisadores possam chegar a um construto ideal, a saber:

#### *1 – Postulado da Coerência Lógica*

O sistema de construções ideais elaborado pelos pesquisadores deve ser estabelecido com o mais alto grau de clareza e nitidez, estando totalmente compatível com os princípios da lógica formal.

O cumprimento desse postulado garante a validade objetiva dos objetos de pensamento construídos por especialistas em ciências sociais, e sua índole estritamente lógica é uma das características mais importantes que permite distinguir os objetos do pensamento científico dos objetos do pensamento do senso comum.

#### *2 – Postulado da Interpretação Subjetiva*

Para explicar as ações humanas, o homem da ciência deve perguntar-se que modelo de mente individual é possível construir e que conteúdos típicos se devem atribuir a ele para explicar feitos observados como resultado da atividade da mente em uma relação compreensiva. O cumprimento desse postulado garante a possibilidade de referir todos os tipos de ação humana ou seu resultado ao sentido subjetivo que tal ação ou resultado de uma ação tem para o ator.

### 3 – Postulado da Adequação

Cada término de um modelo científico de ação humana deve ser construído de tal modo que um ato humano, efetuado no mundo da vida por um ator individual, indicado pela construção típica, seja compreensível tanto pelo ator mesmo como para seus semelhantes em termos de interpretação de sentido comum na vida cotidiana. Assim, fica a garantia da compatibilidade entre as construções do pesquisador e as experiências do sentido comum na realidade social.

Assim, Schütz (1972) afirma que todas as construções de modelos do mundo social devem cumprir esses três postulados, que funcionam de fato como requisitos. Contudo, essa afirmação pode gerar um questionamento: qual a importância e utilidade da construção de tipos ideais de ações e pessoas?

Para responder a essa indagação, recorre-se à argumentação empregada por Schütz (1972, p. 69) acerca da relevância da construção de tipos ideais:

Ao passo que a conduta dos indivíduos do mundo social real não é previsível, salvo antecipações vazias, a conduta racional de um tipo pessoal construído se supõe previsível por definição, dentro dos limites dos elementos tipificados na construção. Desse modo, o modelo de ação racional pode ser utilizado como recurso para se estabelecer uma conduta desviada no mundo social real e identificação das causas que levaram ao desvio de comportamento.

Na seqüência, apresenta-se uma contextualização das incubadoras de empresas e da unidade de pesquisa propriamente dita a Incubadora Tecnológica de Maringá. Tal apresentação faz-se necessária na medida em que as incubadoras tecnológicas constituem a *situação típica* na qual os empreendedores encontram-se inseridos. Essa situação típica é um dos aspectos que permite que o tipo ideal se torne objetivo e passível de ser utilizado como quadro de análise dos fenômenos.

Assim, o tipo ideal construído a partir da realidade social da Incubadora Tecnológica de Maringá poderá ser utilizado para estudo de outras realidades, desde que essas realidades sejam processadas em incubadoras de base tecnológica. Logo, o tipo ideal de empreendedorismo e empreendedor é válido em termos de generalização para a situação típica incubadora de base tecnológica.

## 5 INCUBADORA DE EMPRESAS

Nesse capítulo caracteriza-se o meio social da incubadora de empresas. Essa análise tem por base a necessidade de compreensão dos aspectos *típicos* desse ambiente social. Além disso, a caracterização elaborada justifica o motivo da escolha da incubadora de empresas como *locus* da pesquisa. Esse lugar é um local propício para se encontrar empreendedores, uma vez que é criado com a finalidade de fomento a essa atividade.

### 5.1 ORIGEM E CONCEITUAÇÃO DE INCUBADORA

O movimento das incubadoras foi criado em 1959, nos Estados Unidos, mais especificamente na cidade de Nova Iorque. Porém, essa incubadora ainda não apresentava configuração estrutural semelhante à apresentada atualmente, sendo que sua abertura ocorreu no contexto de fechamento da fábrica de tratores da Massey Ferguson. Tal fábrica foi adquirida pelo empresário Joseph Mancuso que acabou por dividir o espaço fabril em pequenas unidades que abrigariam empresas de pequeno porte. O espaço passou a ser denominado condomínio de empresas (DIAS; CARVALHO, 2002).

Já na década de 1970, o governo norte-americano lançou um programa de assessoria jurídica e administrativa a profissionais recém graduados que por ventura tivessem interesse em iniciar um empreendimento. Tal programa, por se assemelhar ao projeto iniciado por Joseph Mancuso, foi denominado sistema de incubadoras de empresas (REDE INCUBAR, 2006).

Simultaneamente à experiência americana, foram sendo criadas incubadoras de empresas em todo o mundo. Na Europa, o Reino Unido iniciou o movimento de criação de incubadoras a partir da iniciativa da Universidade Heriot Watt na Escócia, sendo seguida pela Universidade de Cambridge, na Inglaterra. Na França, segundo Lemos (1988, p. 3) o Estado foi o principal indutor da criação de pequenas empresas no país. O termo *incubateur* foi aplicado às estruturas criadas

pelo Estado para apoiar empreendedores antes da criação de seu empreendimento, que corresponderia atualmente à fase de pré-incubação (STAINSACK, 2003).

No continente asiático, o Japão criou suas primeiras incubadoras por designação do Ministério de Assuntos Internacionais e da Indústria no decorrer dos anos 1980. A preocupação maior desse ministério consistia no desenvolvimento e fortalecimento da pesquisa no país (NEERMANN, 2001).

Na China, as incubadoras começaram a surgir no final da década de 1980. Atualmente, as incubadoras existentes nesse país, ao contrário de muitos sistemas de incubação, podem fornecer de 5 a 20% do capital de risco de suas empresas incubadas, tornando-se acionistas das mesmas podendo participar em todo processo decisório do empreendimento. Os lucros que forem arrecadados com essas ações constituem propriedade do estado (BAËTA, 1999).

Em âmbito nacional, a origem da incubadora de empresas remete ao Programa de Inovação Tecnológica do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), criado em 1982, com a finalidade de estreitar as relações entre universo acadêmico e universo empresarial.

Para isso, o programa criou Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs) em universidades e, em 1984, criou os primeiros parques e incubadoras de empresas do Brasil: São Carlos - SP, Campina Grande - PB, Manaus - AM, Florianópolis – SC e Porto Alegre - RS (SOUZA; NASCIMENTO JR., 2003).

No ano de 1987, foi constituída a ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Investimentos de Tecnologias Avançadas. Contudo, o papel das incubadoras de empresas somente foi legitimado, ou seja, aceito e reconhecido no cenário empresarial brasileiro a partir da década de 1990, devido a mudanças relacionadas ao grau de competitividade do mercado nacional e internacional. (SOUZA; NASCIMENTO JR., 2003).

Segundo Guedes e Bermúdez (1997) existem alguns aspectos que favoreceram a difusão de incubadoras no país a partir dessa década, sendo esses:

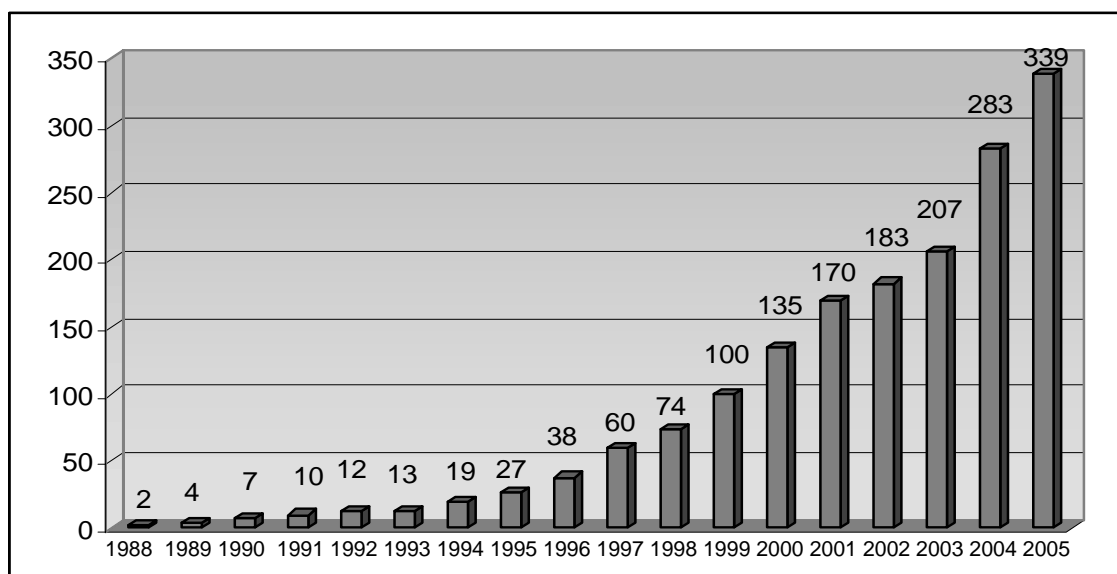
- Transformações na conjuntura econômica mundial;

- Intensificação da necessidade das empresas nacionais apresentarem maior competitividade em âmbito externo. Isso implica na tentativa obrigatória de aumentar os índices de inovação tecnológica desses empreendimentos.

- Relações internacionais estabelecidas e continuadas por acadêmicos brasileiros;

- Implantação do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, em 1990.

A seguir, tem-se um gráfico que ilustra o panorama de desenvolvimento do número de incubadoras de empresas no Brasil, no intervalo de tempo 1988-2005.



Fonte: ANPROTEC (2005)

**Gráfico 1** – Progressão do número de incubadoras no Brasil entre 1988-2005

Assim, observa-se que a idéia da criação de incubadoras despontou no cenário governamental brasileiro, inicialmente, como um órgão para o fomento e união de empresas de base tecnológica com universidades.

Dessa maneira, tem-se que o propósito das incubadoras esteve associado à finalidade de estimular o surgimento de negócios resultantes de projetos tecnológicos desenvolvidos em centros de pesquisa universitários ou de outra natureza (FONSECA; KRUGLIANSKAS, 2000). Logo, conclui-se que as incubadoras, no Brasil, surgem em um ambiente de ciência e tecnologia. Nesse cenário, emergem algumas definições de incubadoras de empresas.

O Programa Nacional de Apoio às Incubadoras de Empresas define uma incubadora como um mecanismo que estimula a criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas industriais ou de prestação de serviços, de base

tecnológica ou de manufaturas leves por meio da formação complementar do empreendedor em seus aspectos técnicos e gerenciais (MCT, 2000, p 6).

A ANPROTEC (2005), na mesma linha do MCT, define incubadoras de empresas como sendo empreendimentos que oferecem espaço físico, por tempo limitado, para a instalação de empresas de base tecnológica e/ou tradicional, que disponham de uma equipe técnica para dar suporte e consultoria a estas empresas.

De forma similar às duas definições apresentadas, o SEBRAE (2003) define a incubadora de empresas como sendo mecanismo técnico que estimula a criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas (industriais, de prestação de serviços, de base tecnológica ou de manufaturas leves), oferecendo suporte gerencial e formação complementar do empreendedor.

Por sua vez, Spolidoro (1999, p.13) conceitua incubadora dando ênfase ao ambiente inovador que ela deve propiciar. Nos dizeres do autor, a incubadora é um ambiente que favorece a criação e o desenvolvimento de empresas e de produtos (bens e serviços), em especial aqueles inovadores e intensivos em conteúdo intelectual (produtos nos quais a parcela do trabalho intelectual é maior que a parcela devida a todos os demais insumos).

É importante observar a presença da palavra empreendedor nas definições citadas anteriormente. Esse fato remete à compreensão que a incubadora de empresas é um ambiente ideal para o desenvolvimento da ação empreendedora, pois é um ambiente criado para o empreendedor executar seus projetos. Segundo Stainsack (2003, p. 9) as incubadoras apresentam com objetivo prestar apoio a novos empreendedores.

Essa afirmação ainda encontra respaldo em Medeiros (1992) que apresenta três tipos de requisitos para constituição de uma incubadora, a saber:

Requisitos Mínimos	Requisitos Recomendáveis	Requisitos Desejáveis
Existência de <b>empreendedores</b> interessados	Espaço físico apropriado	Tradição de empresas de base tecnológica
Viabilidade técnica comercial das propostas	Existência de incentivos e de linhas de financiamentos apropriadas	Clima favorável e “personificação” de projetos
Parceiros comprometidos com empreendimento e apoio político a incubadora	Gestão da incubadora a cargo do setor privado e participação governamental minoritária e decrescente	Localização da incubadora nas instalações das instituições de ensino e pesquisa ou imediações

Fonte: adaptado de Medeiros (1992)

### Quadro 11 – Requisitos para criação de uma incubadora de empresas

Dessa forma, tem-se que o primeiro requisito básico para se criar um incubadora é a existência de empreendedores, reforçando a idéia que o ambiente de incubação é criado com a finalidade de fornecer subsídios técnicos para o desenvolvimento da ação empreendedora.

Corroborando, Mendonça (2004) relaciona incubadora de empresas e empreendedorismo ao definir os objetivos de uma incubadora. Esses objetivos, representados na figura a seguir, são, em sua maioria, voltados para o desenvolvimento da ação empreendedora.



Fonte: adaptado de Mendonça (2004)

**Figura 3 – Objetivos da incubadora de empresas**

A partir dessa análise, certifica-se que a incubadora de empresas constitui um ambiente certo para se encontrar empreendedores, posto que toda a sua estrutura e projetos são criados para apoiar iniciativas desse agente. Segundo Stainsack (2003, p. 35) a incubadora depende do empreendedor que por sua vez busca apoio para o crescimento de seus negócios.

Portanto, as incubadoras possuem um caráter **catalisador** do processo empreendedor, sendo essencial para a consolidação de empreendimentos em um mercado competitivo (LICHTENSTEIN; LIONS, 1996).

## 5.2 TIPOS DE INCUBADORA

Após essa discussão da ligação existente entre empreendedorismo e incubadora, faz-se importante destacar que mesmo a origem das incubadoras no Brasil estar diretamente relacionada ao setor tecnológico, existem incubadoras direcionadas a outras áreas. Dornelas (2002) postula a existência de três tipos de incubadora:

- *Incubadora de base tecnológica*: ampara empresas, que desenvolvem seus produtos a partir de resultados de pesquisas aplicadas, nas quais a tecnologia representa alto valor agregado. Os produtos, processos e serviços criados pressupõem um amplo conhecimento tecnológico.

- *Incubadora de setores tradicionais*: ampara empresas, cuja área de atuação está diretamente ligada aos setores tradicionais da economia, os quais detêm tecnologia largamente difundida e queiram agregar valor aos seus produtos ou serviços.

- *Incubadoras mistas*: abriga no mesmo ambiente os dois tipos de empresa, tecnológicas e tradicionais.

No entanto, há uma distinção entre as incubadoras de empresas de base tecnológica e as incubadoras de setores tradicionais que ultrapassa a natureza dos produtos ofertados, uma vez que as incubadoras tecnológicas apresentam uma ligação muito estreita com centros de pesquisas e universidades o que estimula processo de inovação. Isso não ocorre de forma tão constante no caso das incubadoras tradicionais (BAÊTA, 1999).

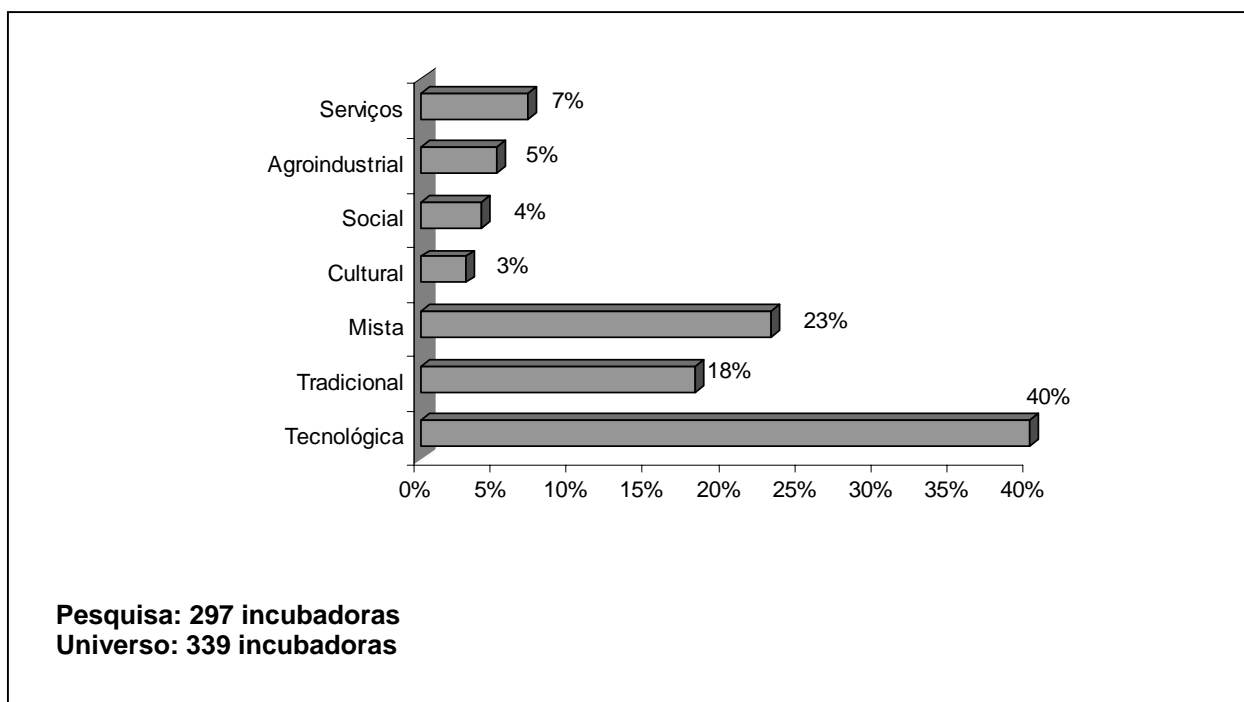
Nassif e Carmo (2005) apresentam uma tipologia de incubadora mais recente e detalhada, considerando o direcionamento de programas de incubação para outros setores da sociedade e economia. O quadro, a seguir, sintetiza essa tipologia:

<b>Tecnológica</b>
Abriga empresas, cujos produtos, processos e serviços resultam de pesquisa científica
<b>Tradicional</b>
Abriga empreendimentos ligados aos setores da economia que detêm tecnologias difundidas e que querem agregar valor aos seus produtos, processos e serviços
<b>Mista</b>
Abriga empresas de base tecnológica e tradicional
<b>Setorial</b>
Abriga empreendimentos de apenas um setor da economia
<b>Cultural</b>
Abriga empreendimentos da área de cultura
<b>Agroindustrial</b>
Abriga empreendimentos de produtos e serviços agropecuários
<b>Cooperativa</b>
Apóia cooperativa em processo de formação e/ou consolidação instaladas dentro ou fora do município
<b>Social</b>
Abriga empreendimentos oriundos de projetos sociais
<b>Rural</b>
Apóia empreendimentos localizados em áreas rurais por meio de prestação de serviços, formação e capacitação, financiamento e divulgação
<b>Virtual</b>
Oferece aos empreendedores todos os serviços de assessoria e apoio, mas normalmente não oferece espaço físico e infra-estrutura compartilhada

Fonte: adaptado de Nassif e Carmo (2005)

#### **Quadro 12 – Tipos de incubadora**

Em pesquisa realizada no ano de 2005, a ANPROTEC constata que as incubadoras tecnológicas, tradicionais e mistas são maioria em âmbito nacional. Esses dados podem ser visualizados no gráfico a seguir:



Fonte: ANPROTEC (2005)

### **Gráfico 2 – Área de atuação das incubadoras em operação no ano de 2005**

Os dados do quadro ainda indicam a predominância das incubadoras tecnológicas, o que se justifica por fatores históricos já discutidos anteriormente.

Faz-se ainda importante destacar que existem outras tipologias de incubadoras, embora as mencionadas anteriormente sejam mais adequadas à realidade nacional. Um exemplo de tipologia de incubadoras é a elaborada por Zedtwitz (2003). Essa tipologia apresenta uma característica bastante específica, uma vez que sua classificação não é estanque, permitindo que uma incubadora possa ser classificada de várias formas a depender de sua realidade.

- *Incubadoras comerciais independentes*: são originadas de atividades desenvolvidas por empresários ou empresas ligados ao capital de risco, sendo orientadas para o lucro. Essas incubadoras se baseiam fortemente nas suas competências internas.

- *Incubadoras regionais*: são criadas com o objetivo de fornecer espaço e apoio logístico para os negócios iniciantes em uma determinada comunidade. Os idealizadores e executores desse tipo de incubadora são, em sua maior parte, governos locais e organizações com interesses econômicos e políticos regionais. O resultado dessas incubadoras deve estar sempre atrelado a metas sociais e econômicas, como geração de empregos, aprimoramento da indústria local ou imagem da região.

- *Incubadoras vinculadas às universidades*: essas incubadoras desenvolvem seus trabalhos com apoio intenso de universidades. São laboratórios desenvolvidos para aprimoramento e fortalecimento da relação entre acadêmicos e empresários.

- *Incubadoras intra-empresariais*: são criadas com o objetivo lidar com a descontinuidade tecnológica. Essas incubadoras estão vinculadas ao setor de P&D das corporações.

- *Incubadoras Virtuais*: estão diretamente relacionadas com setor de tecnologia da informação. De forma distinta das incubadoras tradicionais, não oferecem espaço físico ou apoio logístico, mas uma estrutura composta por plataformas e redes de acesso a informação destinada a empresários iniciantes, investidores e consultores.

Todavia, é importante destacar que ainda existam diferentes tipos de incubadoras, nos dizeres de Martins et. al. (2005, p.3) essas sempre deverão oferecer as empresas incubadas os seguintes itens:

- Infra-estrutura: salas individuais e coletivas, laboratórios, auditório, biblioteca, salas de reunião, recepção etc.;

- Serviços Básicos: assessoria gerencial, contábil, jurídica, apuração e controle de custo, gestão financeira, comercialização, exportação e o desenvolvimento do negócio;

- Capacitação: treinamento, cursos, assinaturas de revistas, jornais e publicações;

- *Network*: contatos de nível com entidades governamentais e investidores, participação em eventos de divulgação das empresas, fóruns.

Dessa forma, conclui-se que análise das tipologias indica que as incubadoras, mesmo atuando em focos diferentes, são, de fato, um agente facilitador do processo empresarial e de inovação tecnológica. Assim, faz-se

necessário investigar como ocorre o processo de incubação de empresas para que haja uma compreensão maior desse papel de facilitador da inovação e processo empresarial desenvolvido pela incubadora.

### **5.3 PROCESSO DE INCUBAÇÃO DE EMPRESAS**

Lichtenstein e Lyons (1996) ponderam que a principal missão dos programas de incubação empresarial é auxiliar os empreendedores na formação e no desenvolvimento efetivo de seus projetos, sendo que para isso tais programas necessitam desenvolver as seguintes ações:

- Apoiar formação empresarial;
- Aumentar a taxa de desenvolvimento rápido e eficaz de novos empreendimentos;
- Elevar os índices de sobrevivência e sucesso das novas empresas criadas;
- Supervisionar o processo de dissolução na possibilidade de um dado empreendimento não alcançar seus objetivos, devolvendo ou reaproveitando os ativos do mesmo.

Dessa forma, para que a incubadora atue de forma efetiva torna-se necessário uma maior estruturação do processo de incubação, pois esse terá que contemplar empresas em diferentes estágios.

Uma empresa em fase de criação carece de assistência bastante diferente de um empreendimento que já está se consolidando no mercado. Sendo assim, o processo de incubação foi organizado fundamentalmente em três etapas. O período de cada etapa de incubação pode variar a depender das normas de cada incubadora.

Contudo, antes de discorrer acerca dos três períodos de incubação faz-se necessário ressaltar que as empresas ou projetos de criação de empreendimentos somente serão incubados mediante a aprovação em um minucioso processo de seleção por parte das incubadoras.

Os critérios desse processo podem variar de acordo com o foco de interesse das mesmas, no entanto, a maior parte dos critérios, na visão de Stainsack

(2003), envolve aspectos, como: potencial de crescimento, capacidade de criar empregos, foco do negócio, capacidade de pagar suas despesas, análise de mercado e estabilidade do fluxo de caixa. Em algumas incubadoras ocorre ainda a realização de entrevistas.

O processo de seleção está diretamente ligado ao sucesso da incubadora, pois os empreendimentos devidamente aprovados ocasionam uma expectativa maior no tocante à consolidação das empresas egressas da incubação no mercado.

Assim, ocorrendo a aprovação de uma empresa ela iniciará na incubadora na fase de incubação, no entanto, ocorrendo a aprovação de um projeto de empreendimento, esse ingressará na mesma instituição na etapa de pré-incubação.

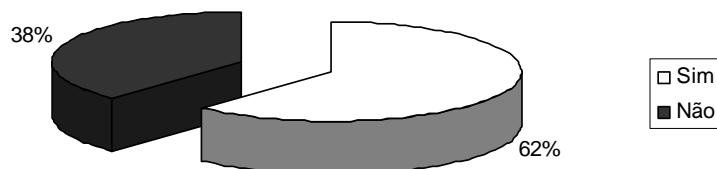
Na seqüência, retoma-se a apresentação e análise das três etapas fundamentais da incubação, a saber:

*Etapa de implantação ou pré-incubação* – nessa fase ocorre a criação de empresas que apresentam elevada probabilidade de encontrar sucesso.

A equipe da incubadora fornece aos empresários, apoio financeiro e tecnológico para que esses iniciem o desenvolvimento de um produto. Os empresários, nessa etapa, são constantemente incentivados a participarem de eventos de negócios. Algumas incubadoras não realizam a fase de pré-incubação, aceitando somente empresas já criada e com produtos prontos para comercialização.

Segundo dados da ANPROTEC (2005), no Brasil a maioria das incubadoras trabalham no desenvolvimento de projetos de criação de empreendimentos. Esse dado é bastante importante posto que é nessa etapa que a incubadora fornece o apoio mais direto ao empreendedor que detêm a idéia inovadora, porém apresenta algumas dificuldades em torná-la realidade.

O gráfico a seguir ilustra a situação das incubadoras nacionais no tocante ao desenvolvimento de programas de pré-incubação.



**Pesquisa: 241 incubadoras**  
**Universo: 339 incubadoras**

Fonte: ANPROTEC (2005)

### **Gráfico 3 – Existência de programas de pré-incubação**

Portanto, na pré-incubação as incubadoras visam predominantemente auxiliar os empreendedores no amadurecimento da idéia, através de uma assessoria antes da formalização do empreendedor como incubado para o detalhamento da idéia e a realização do plano de negócios (NASSIF; CARMO, 2005).

*Etapa de crescimento e consolidação ou incubação* – nessa fase ocorre à incubação propriamente dita. As empresas dotadas de infra-estrutura e apoio gerencial da incubadora iniciam sua busca por clientes, investidores, enfim, por um espaço no mercado. O pessoal responsável pela assessoria aos empresários incubados monitora e auxilia as empresas a todo tempo, no seu desenvolvimento e nas questões iniciais, que possam levar negócio ao fracasso. A incubadora trabalha no sentido de combater os principais problemas enfrentados por micro e pequenas empresas em fase inicial ou de consolidação.

Segundo Beuren e Raupp (2006) as principais debilidades de empresas em fase de criação são: baixa intensidade de capital, capacidade de financiamento restrita, precariedade da função gerencial, baixa qualificação dos recursos humanos, precariedade da função tecnológica, falta de planejamento a longo prazo, e pequeno poder de barganha com parceiros comerciais.

Sendo assim, a incubadora atua no sentido de estruturar tecnicamente as empresas incubadas para que enfrentem essas debilidades de uma forma mais segura, posto que já estarão preparadas para esses obstáculos.

*Etapa de graduação ou pós-incubação* – nessa etapa a empresa está pronta para deixar a incubadora, sendo que terá que enfrentar os desafios do mercado de forma independente. Segundo Hackett e Dilts (2004) as empresas graduadas, ao deixarem a incubação, podem deparar-se com situações de sobrevivência e crescimento lucrativo, sobrevivência acompanhada de estagnação ou fechamento com prejuízos.

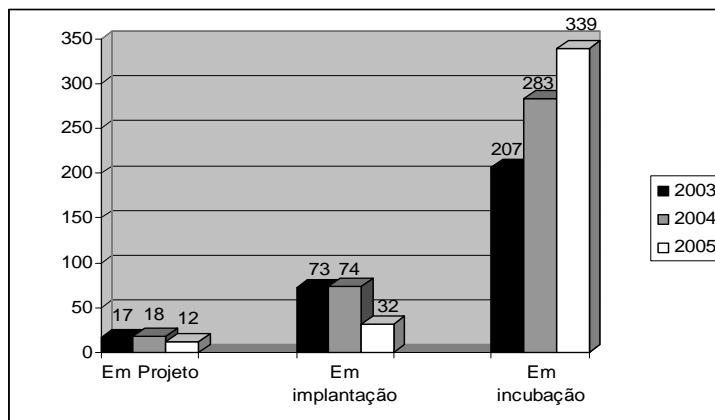
A partir dessa estrutura do processo de incubação, a ANPROTEC (2005) aponta para existência de três tipos de empresas vinculadas à incubadora:

*Empresa incubada ou residente:* empresa que está desenvolvendo suas atividades dentro de uma incubadora de empresas, passando por processo de seleção e recebendo apoio técnico, gerencial e/ou financeiro de rede de instituições constituída especialmente para criar e acelerar o desenvolvimento de pequenos negócios.

*Empresa graduada ou liberada:* empresa que já concluiu o processo de incubação e que alcançou desenvolvimento suficiente para ser habilitada a sair da incubadora. Esse tipo de empresa pode continuar mantendo vínculo com a incubadora na condição de empresa associada.

*Empresa associada:* empresa que utiliza a infra-estrutura e os serviços oferecidos pela incubadora, sem ocupar espaço físico, mantendo vínculo formal. Pode ser empresa recém criada ou já existente no mercado.

No Brasil, no ano de 2005, segundo dados da ANPROTEC, foram identificadas 339 incubadoras que estavam em funcionamento, 32 em etapa de implantação e 12 em etapa de projeto. O gráfico abaixo mostra que esses números são advindos de um aumento considerável do interesse pela criação de incubadoras.



Fonte: ANPROTEC (2005)

**Gráfico 4** – Número de incubadoras por fase de constituição

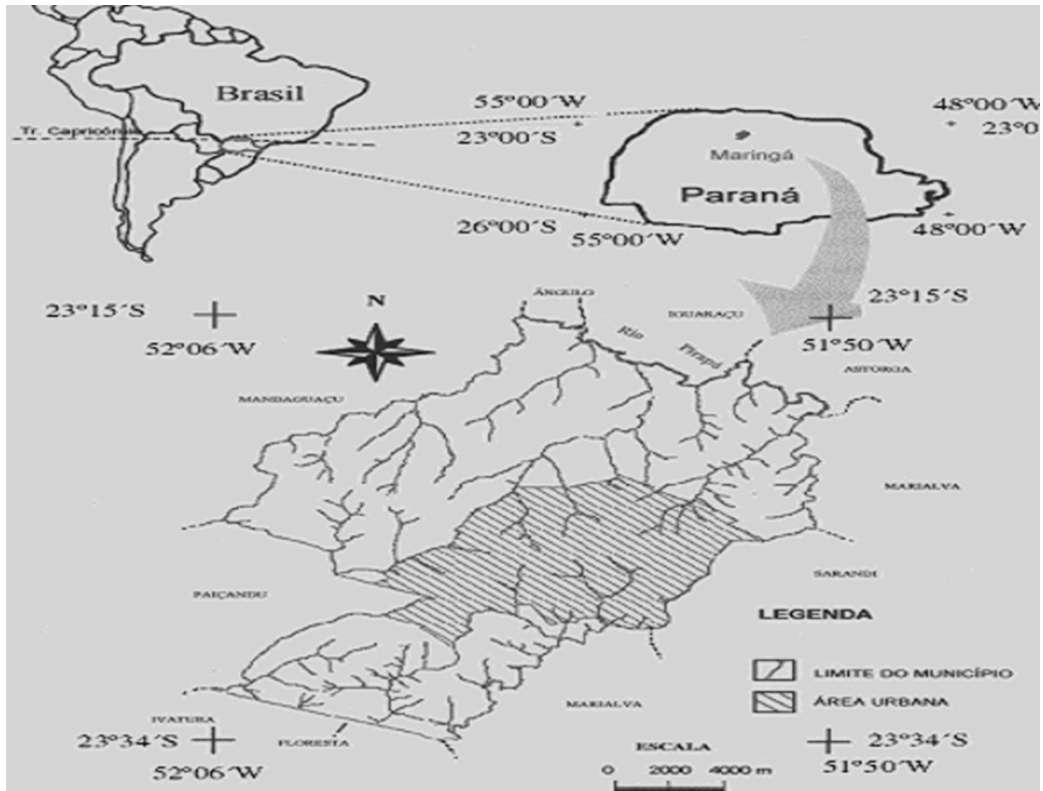
Esses dados implicam na existência de 2327 empresas incubadas, 1678 graduadas e 1613 associadas (ANPROTEC, 2005). Dentre essas incubadoras, destaca-se a Incubadora Tecnológica de Maringá, meio social em que se processa a presente pesquisa.

#### 5.4 INCUBADORA TECNOLÓGICA DE MARINGÁ

O município de Maringá com uma área de 489,76 km<sup>2</sup>, localiza-se na região Sul do Brasil, ao Norte do Estado do Paraná. Maringá foi criada recentemente, sendo que suas primeiras edificações foram erguidas em meados dos anos de 1940, com a finalidade de fornecer acolhida as muitas pessoas provenientes de outras localidades que pretendiam habitar essa região. Posteriormente, essas obras foram denominadas Maringá Velho (VERCEZI, 2004).

Tais migrantes procediam principalmente dos estados de São Paulo e Minas Gerais, assim como da região nordeste do país. Futuramente, Maringá receberia correntes de origem japonesa, portuguesa, árabe, alemã e italiana (VERCEZI, 2004).

A figura abaixo mostra a localização da cidade de Maringá.



Fonte: Barros, Tornero, Pollo, (2004, p.438)

**Figura 4** – Localização da cidade de Maringá

A cidade foi fundada, de fato, em 10 de maio de 1947, a partir daí seu crescimento foi orientado por um plano de desenvolvimento, cuja principal preocupação era conciliar o crescimento e condições topográficas da área (VERCEZI, 2004).

No tocante a atividades econômicas, Maringá apresenta diversificada produção agrícola, composta de soja, algodão, milho, cana-de-açúcar, trigo, sendo também grande produtora do bicho-da-seda. Os setores industriais de mais destaque são: alimentação, confecção, agroindústria, metal-mecânico, entre outros.

A cidade abriga diversas instituições de ensino superior, dentre elas destaca-se a Universidade Estadual de Maringá, que juntamente com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR) têm se mobilizado para transformar Maringá em um pólo de ciência, tecnologia e inovação. Nesse sentido, a criação da INFOMAR – Incubadora Tecnológica de Maringá - foi um passo significativo.

A criação desse empreendimento está relacionada à implantação do Centro Softex Gênesis de Maringá em 1996, ligado ao projeto Softex (Programa Brasileiro de Software para Exportação), o que gerou a formação e fortalecimento de um consórcio entre várias entidades da cidade visando consolidar esse centro. Posteriormente, o centro Softex Gênesis foi incorporado à incubadora, correspondendo à fase de pré-incubação.

Nessa etapa de pré-incubação, a incubadora de Maringá apóia os empreendedores mais especificamente no processo de criação de novos negócios de base tecnológica. Para isso, os empreendedores devem apresentar uma idéia de negócio e uma possível forma de torná-la concreta.

Uma empresa permanece nessa etapa pelo período máximo de 24 meses, podendo se instalar em um espaço físico compartilhado e utilizar serviços de infra-estrutura.

Por sua vez, a etapa de incubação visa subsidiar a geração e o desenvolvimento de processos, produtos ou serviços de tecnologia inovadora. Assim, os empresários são treinados, recebendo incentivos para iniciação no mercado. As empresas podem se instalar em um espaço físico individual. Da mesma forma que na pré-incubação, o tempo máximo que a empresa pode ficar incubada é de 24 meses.

Assim, observa-se que a Incubadora Tecnológica de Maringá vem realizando sua atividade de forma a incentivar o empreendedorismo na criação e manutenção de empresas de base tecnológica.

Portanto, a realização da pesquisa na Incubadora Tecnológica de Maringá deve-se a essa constituir um ambiente social passível de se encontrar empreendedores, sujeitos da investigação, conscientes de sua ação empreendedora. Tal consciência garante que a ação empreendedora analisada seja realmente a ação racional orientada para fins, o tipo de ação abordada por Schütz (1972).

Na seqüência, apresentam-se os dados que, analisados fenomenologicamente, fornecem os motivos presentes na ação empreendedora, elementos que permitem a construção de um tipo ideal de empreendedorismo e empreendedor.

## 6 ANÁLISE DA AÇÃO EMPREENDEDORA

Esse capítulo consiste na análise dos dados coletados por meio de entrevistas realizadas com empreendedores pertencentes ao programa de incubação da Incubadora Tecnológica de Maringá. Tal análise pauta-se na abordagem fenomenológica de Sanders (1982) que apresenta como pressuposto básico a realização da redução fenomenológica.

Essa análise é o caminho para a descoberta dos motivos “para” e “porque” da ação empreendedora que serão utilizados como fio condutor para a construção típico ideal do empreendedorismo. Em um primeiro momento, transcreveu-se, na íntegra, os depoimentos dos sujeitos, conforme prevê a abordagem de Sanders (1982).

Em seguida, ao se proceder a leitura dos relatos transcritos, foram identificadas as unidades temáticas, pautadas na redução fenomenológica. Tal redução exige que o investigador abandone seus conceitos e pré-concepções acerca do mundo. Tal ato faz com que os sentidos menos aparentes contidos nos relatos possam emergir. Essa redução é uma tentativa de minimizar, e não acabar com os efeitos da subjetividade do pesquisador nos resultados logrados.

Dessa forma, a fenomenologia prevê a inegostabilidade dos sentidos, ou seja, as unidades extraídas dos relatos somente existem em função da ótica do pesquisador que efetua a análise.

Assim, não há um único sentido correto que emerge do texto, mas vários e inesgotáveis sentidos que podem variar de acordo com a perspectiva do sujeito investigador. Essa inesgotabilidade na fenomenologia não diminui a validade dos resultados, mas sim, permite que esses sejam continuamente aprofundados, pois o estudo da realidade não é estático, mas sim dinâmico.

Devido a isso, Schütz (1972) recorreu à subjetividade fenomenológica para fundamentar o tipo ideal weberiano. Vale ressaltar que por sua base subjetiva, o tipo ideal é anônimo, não sendo um retrato fiel do objeto de estudo, mas sim um conjunto de dados capaz de embasar a análise da realidade social. O tipo ideal é um comportamento esperado, não uma regra perfeita a ser seguida.

Por fim, a partir dos sentidos identificados nos depoimentos foram extraídos os motivos “para” e “porque” citados de forma mais recorrente pelos

empreendedores. Essa recorrência os tornará típicos. A partir desses motivos, constrói-se o tipo ideal de ação e de pessoa, ou seja, empreendedorismo e empreendedor, para uma situação típica, Incubadora de Base Tecnológica.

Ressalta-se que o esquema típico ideal do empreendedorismo deve estar de acordo com os três postulados estipulados por Schütz (1972) para que os pesquisadores possam chegar a um construto ideal, sendo esses: coerência lógica, interpretação subjetiva e adequação.

## **6.1 IDENTIFICAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DAS UNIDADES TEMÁTICAS**

A partir da leitura dos depoimentos transcritos, foram identificadas seis temáticas centrais apresentadas a seguir:

1. Vantagens da Incubadora de Empresas
2. Identificação de Oportunidades
3. Consciência dos Riscos Assumidos
4. Desenvolvimento de Idéias Inovadoras
5. Realização de um Sonho
6. Reconhecimento Social

Dando continuidade, foram destacados fragmentos dos depoimentos relacionados com os temas dotados de significado para o investigador, seguido por suas interpretações – unidade de significação (U.S.), sendo que essas duas unidades, temáticas e de significação, são provenientes da redução fenomenológica, que versa a análise dos dados sem a pretensão de verificar qualquer tipo de hipótese.

## UNIDADE TEMÁTICA - Vantagens da Incubadora de Empresas

**Relato 1** – *“A gente percebeu que a incubadora poderia abrir mais as portas para o nosso trabalho, para o mercado, comercialização, além de nos dar ajuda, como a questão dos custos que aqui se tornam bem baixo para a gente... Não é tão caro fazer a manutenção nossa aqui...”*

**U.S.** – O empreendedor justifica sua entrada na incubadora de empresas, apresentando como argumentos a oportunidade de obter um acesso mais fácil a parcerias e um custo reduzido de manutenção. Isso revela que o sujeito, talvez, encontrava-se inseguro ao iniciar sua ação empreendedora, sendo que no processo decisório de análise das possibilidades problemáticas, a questão de como manter financeiramente sua empresa e como crescer mais rapidamente foram aspectos geradores de conflito. Assim, a opção pela incubadora emerge como uma tentativa de solucionar essa insegurança.

**Relato 2** – *“O que chamou bastante nossa atenção aqui, foi o fato da incubadora ter diversas parcerias, aí... são diversos órgãos aí... que poderiam dar um apoio e uma, vamos dizer assim... uma imagem de uma estrutura por trás da nossa empresa. É... foi muito bom para gente entrar aqui na incubadora, quando a gente entrou, a gente deu um salto no produto, acabamos de fazer uma parceria com outra empresa incubada aqui.”*

**U.S.** – Essa fala evidencia que o empreendedor busca a incubadora de empresas como um respaldo a sua iniciativa. Acredita que sua idéia irá encontrar mais aceitação e credibilidade no mercado por integrar uma instituição como a incubadora. Nesse caso, a entrada na incubadora passa a ser uma ação estratégica e não uma solução para resolução que qualquer tipo de incerteza. É, simplesmente, um meio para se chegar a um fim.

**Relato 3** – *“...o aspecto mais significado dessa minha vivência é o socorro na hora que a gente se dá de frente com alguma situação; devido à pouca experiência, a gente não sabe resolver, a gente encontra o respaldo na incubadora, né? E quando eles não podem resolver, pelo menos podem indicar alguém que possa estar conversando, pra você poder tirar sua dúvida e tentar resolver seu problema.”*

**U.S.** – O empreendedor reconhece que ingressou na incubadora de empresas por não apresentar conhecimentos administrativos suficientes para gerir um negócio. Contudo, o sujeito mostra-se corajoso e determinado a superar esse obstáculo. Apresenta iniciativa para procurar soluções para aquilo que o impossibilita de desenvolver seu projeto de forma plena. No mais, é um sujeito que sabe reconhecer suas deficiências, sem permitir que elas se configurem uma limitação ao desenvolvimento de sua ação empreendedora.

**Relato 4** – *“...a estrutura física que ela nos oferece é muito boa, se a gente tivesse que sair não teria como, né? Pois o que impede a gente é o custo dos equipamentos de laboratório...”*

**U.S.** – O depoente decide entrar na incubadora de empresas por não apresentar capital para aquisição do material necessário à sua prática empreendedora. Nesse caso, o empreendedor deixa evidente a importância do papel dessa incubadora para incentivar a ação empreendedora.

**Relato 5** – *“A incubadora ajuda bastante em termos de contato... Como ela tem um nome e nós que somos pequenas empresas e estamos entrando no mercado hoje, a gente procura sempre manter contatos fortes da incubadora e a gente consegue sempre pegar alguns clientes... alguns trabalhos... assim... algum serviço, por causa da incubadora, né? Nós nos comunicamos com as outras empresas incubadas, mas pouco, pois cada um tem que desenvolver seu projeto e são áreas diferentes, a tecnologia e os modos de trabalho. Mas a gente acaba por trocar experiências entre mercado, escritório, contabilidade, como funciona, entrada e saída de serviço, a gente tem uma grande dificuldade, pois a gente não tem um conhecimento de administração, um conhecimento técnico. Então, fica meio que um pouco complicado...”*

**U.S.** – O sujeito revela, em um primeiro momento, que a adesão à incubadora de empresas foi uma tentativa de ampliar sua rede de contatos, além de possibilitar maior facilidade no processo de conquista e manutenção de clientes. No entanto, observa-se que o fator determinante para esse ingresso está ligado à busca por suporte administrativo. O empreendedor possui uma idéia inovadora, sabe como implementá-la, porém não detém o conhecimento necessário para gerir a empresa que irá promover seu produto. A passagem pela incubadora configura em um período de aprendizado.

**Relato 6** – *“Bom, a incubadora é um canal de comunicação, eu diria, de repente com uma pessoa, com outras empresas, com outras áreas. Eu acho que é assim, um facilitador dos contatos para as empresas que estão aqui... É... seria também um meio de conseguir recursos do governo, né?”*

**U.S.** – O empreendedor mostra que o ingresso na incubadora configura-se um meio para obtenção de contatos e recursos advindos do governo. Nessa perspectiva, a incubadora passa a ser uma oportunidade para o empreendedor e não um órgão de suporte.

### UNIDADE TEMÁTICA - Identificação de Oportunidades

**Relato 1** – *“A idéia do nosso software surgiu da necessidade, que o meu sócio trabalhava em uma empresa de construção civil e eu também desenvolvo, aí, então, a gente pensou assim... Ah! Vamos fazer um projeto, desenvolver um sistema e... começou a idéia, a gente colocou no papel... aí... em julho a gente entrou com a inscrição aqui, fomos aceitos e em setembro a gente começou...”*

**U.S.** – O empreendedor revela que o surgimento de sua idéia inovadora está ligado há necessidade de uma dada empresa. Assim, o depoente visualiza as oportunidades no mundo da vida e propõe-se a desenvolver sua ação empreendedora para suprir essa demanda identificada. Observa-se ainda que o empreendedor logo que vislumbra a oportunidade existente no mercado, estrutura sua idéia em um projeto visando ingressar em uma incubadora de empresas.

**Relato 2** – *“É, a gente, inicialmente, foi um produto que surgiu de uma necessidade mesmo da empresa que eu trabalhava...”*

**U.S.** – O depoente, a exemplo do primeiro colaborador, revela que o projeto iniciou-se devido à necessidade de suprir uma demanda. O empreendedor busca expandir, crescer e consolidar-se, acreditando que esse processo já está em desenvolvimento. Essas constatações são decorrentes do emprego do advérbio de tempo inicialmente e o verbo ser no passado.

**Relato 3** – *“...mas aí, de repente, surgiu a oportunidade, né... aí a gente começou a trabalhar com isso e agora a gente tá gostando... A idéia surgiu de alguém que trabalha aqui na administração da incubadora, vendo o nosso trabalho de repente chegou e conversou com a gente: ‘Olha isso pode se tornar produto... isso pode se tornar uma empresa ... Vocês podem tirar isso de dentro do laboratório e levar para a comunidade...’ E foi assim que a empresa começou sabe...”*

**U.S.** – Esse trecho indica que o empreendedor já desenvolvia um projeto inovador, sem, contudo, visualizá-lo como algo comercializável. Assim, o início da ação empreendedora racional veio com o surgimento de uma oportunidade ofertada pela incubadora de empresas. Isso mostra a relevância do sujeito reconhecer que sua ação é empreendedora.

**Relato 4** – *“...a oportunidade de nós tornamos empresários, ser dono do próprio negócio, surgiu dentro do laboratório com o apoio de professores daqui da incubadora.”*

**U.S.** – O depoente revela que se tornou empresário por sugestão de outros indivíduos. Porém, o uso da palavra empresário e não empreendedor revela que o sujeito já se considerava empreendedor, sendo que em um segundo momento passou a ser gestor. Essa associação certamente foi feita para melhor agregar valor à sua ação inovadora.

**Relato 5** – *“Na nossa área, que é a área da internet, ela funciona da seguinte maneira: a tecnologia que nós estudamos é uma tecnologia ultrapassada que acaba sendo limitada ao deficiente visual, isso a gente enxergou antes que o pessoal tá enxergando hoje, no caso.”*

**U.S.** – O empreendedor deixa evidente a visualização de uma demanda reprimida e a partir daí o início de uma idéia inovadora. Assim, observa-se a intrínseca relação entre indivíduo e mundo da vida. O homem confere sentido ao mundo, através de sua consciência, e passa a criar e desenvolver idéias em função da realidade observada.

**Relato 6** – *“...o que eu faço, que é programação, você caminha para esse lado que é você mesmo fazer os programas e começar a comercializar, você fica num emprego, só você acaba por ficar travado naquilo que a empresa te designar a saber.”*

**U.S.** – O empreendedor clama por liberdade e autonomia para desenvolver sua criatividade no ato de programar. Isso indica que o sujeito não crê no intraempreendedorismo, isto é, o desenvolvimento de idéias inovadoras no âmbito de uma instituição em que se é funcionário e não proprietário. A hierarquia para o sujeito limita a produção empreendedora.

#### **UNIDADE TEMÁTICA - Consciência dos Riscos Assumidos**

**Relato 1** – *“...é um risco que a gente toma, né? Mas um risco que pode trazer muito benefício pra gente, né?”*

**U.S.** – O depoente apresenta consciência que o desenvolvimento de algo novo implica em assumir riscos. No entanto, visualiza essas implicações como etapas que, se superadas, poderão ser transformadas em benefícios. O uso do vocábulo benefício revela que o empreendedor realizou uma análise detalhada das possíveis situações que iria enfrentar ao iniciar seu projeto, sendo que verificou que a relação custo-benefício tendia para a positividade.

**Relato 3** – *“A gente pensa assim, empreendedorismo, né, talvez seja o que eu esteja vivendo a questão de você sair para fora, de você enfrentar um mercado, de você enfrentar uma concorrência... de você conseguir fazer o cliente, de você conseguir manter o cliente...”*

**U.S.** – O empreendedor associa a questão de risco diretamente ao significado do empreendedorismo, revelando acreditar que esse é o fator determinante ao se realizar uma ação empreendedora. Todavia, um aspecto a destacar é que o depoente considera o processo de fazer e manter um cliente uma atividade de risco, mostrando que o mesmo visualiza riscos em muitas esferas de seu empreendimento.

**Relato 6** – *“Empreendedor é um cara meio maluco que quer arriscar um pouco. Me considero empreendedor porque larguei um emprego de onze anos, abri uma empresa, fechando contrato com um cliente só, e abri uma empresa sem saber exatamente o que vai surgir pela frente, se você vai conseguir terminar aquilo, o contrato que você firmou, tem que ter um pouco de coragem...”*

**U.S.** – O empreendedor faz-se exemplo de um ser capaz de trocar toda a estabilidade conferida por um emprego estável por um projeto visando criar algo novo. O sujeito coloca que a principal característica do empreendedor é a coragem de fazer diferente, de fugir dos comportamentos padrões estipulados pela sociedade.

#### **UNIDADE TEMÁTICA - Desenvolvimento de Idéias Inovadoras**

**Relato 1** – *“A gente pegou uma idéia nova, né, e estamos colocando no papel e na prática né... e vamos alcançar o sucesso, com certeza!”*

**U.S.** – O empreendedor reconhece que sua idéia é inovadora e está em processo de desenvolvimento. O uso da palavra “papel” mostra a existência de um planejamento a ser seguido. Essa fala indica que a ação empreendedora executada por esse sujeito consiste em uma ação racional orientada para um fim, nesse caso, o sucesso.

**Relato 3** – *“Acho que sou um empreendedor... eu acho que sim, porque a gente corre atrás de tudo isso, né...e agora a gente passa o tempo todo pensando onde pode melhorar, onde pode crescer... como que a gente pode enfrentar, né? Como a gente pode ser o primeiro...”*

**U.S.** – O sujeito revela que dedica a totalidade de seu tempo na tentativa de produzir melhorias e identificar oportunidade de crescimento para a sua ação. Mostra-se obstinado em conseguir realizar suas pretensões. No mais, mostra-se feliz por ser o primeiro. Esse primeiro denota que o empreendedor fez algo antes de todos os seus contemporâneos. Esse é, provavelmente, seu maior orgulho e incentivo.

**Relato 4** – *“No momento, assim, me considero uma empreendedora, a gente tá com uma coisa nova... primeira empresa aqui do Paraná de..., e assim... é tudo muito novo pra mim e assim, é difícil assim, acreditar... fazendo os exames que a gente tá fazendo aqui no Paraná... Eu acho que nós somos empreendedores.”*

**U.S.** – O sujeito revela que o desenvolvimento do projeto empreendedor ainda encontra-se no início, o que justifica sua insegurança ao definir-se empreendedor. No entanto, o depoente faz questão de frisar, em dois momentos distintos, que está se arriscando em desenvolver idéias inovadoras que se configuram em produtos inéditos.

**Relato 5** – *“E a empresa foi fundada através de um decreto de lei, que o presidente Lula fez o decreto dizendo que todos os portais de tecnologia, como o UOL, os sites governamentais, sites institucionais, teriam que ter tecnologia acessível aos deficientes visuais, já que é direito de todo mundo ter o direito de interagir com a comunicação. E aí foi fundada, com a tecnologia bem complicada, o pessoal estuda, e trabalha e pesquisa nessa área.”*

**U.S.** – O depoente narra como surgiu sua idéia inovadora, enfatizando novamente a questão da ligação intrínseca entre idéia inovadora e uma situação no mundo da vida que se configura oportunidade. Isso mostra que o empreender é um ser diferenciado, pois para a maioria das pessoas o decreto-lei mencionado seria apenas uma notícia e para o empreendedor se tornou uma oportunidade.

### UNIDADE TEMÁTICA - Realização de um Sonho

**Relato 1** – *“... A gente aprendeu bastante na faculdade isso... estudou bastante... na teoria a gente pensava que era bem mais fácil que na prática, porque quando a gente empreende o começo é muito difícil... Então, a gente sonha muito em colher frutos mais em um período, um ano...”*

**U.S.** – O empreendedor enfatiza que pretende “colher frutos” de seu trabalho em um espaço de tempo futuro, sendo esses “frutos” a realização de sonhos. Isso mostra que os sonhos constituem um fim no processo de desenvolvimento da ação empreendedora.

**Relato 3** – *“Apesar de agora o sonho se converge para essa meta...né? Então, assim, agora a gente já pensa em fazer doutorado em alguma área que possa trazer algum benefício para a empresa, né... Hoje nós trabalhamos com dois produtos diferentes e queremos colocar mais produtos no mercado, né... pra fazer a empresa crescer e realmente se consolidar...”*

**U.S.** – O empreendedor revela, através dessa frase, o quanto a sua ação empreendedora está envolvida em seus planos de vida, seus sonhos, sendo capaz de realizar doutorado, desenvolver novos produtos para chegar aos fins por ele estipulados.

**Relato 4** – *“Então, eu pretendo continuar e lutar, às vezes surgem muitos problemas.... mas... a gente procura batalhar pra continuar. É uma realização pessoal...”*

**U.S.** – O empreendedor revela que sonhos e busca por realização pessoal são fatores motivadores para enfrentar situações difíceis. Isso indica que os sonhos são metas a serem alcançadas, estando, portanto, em planos futuros do empreendedor. Esse sujeito acredita que para chegar a realizar um sonho deve-se batalhar, ou seja, apresenta iniciativa e consciência que o homem é agente em relação ao mundo e não um ser passivo.

**Relato 5** – *“Olha, eu sonho bastante e digo que vai dar certo! Essa é nossa meta! Olha, no começo acho que ninguém acredita, assim, você tá começando, é um sonho, às vezes, muita gente duvida desse sonho.”*

**U.S.** – O empreendedor revela logo na primeira frase sua crença firme e absoluta que logrará êxito em seus resultados. Indica ainda certa mágoa e vontade de provar para a sociedade que duvida de seu sonho que ele é passível de ser realizado com sucesso. Essa situação de descrença torna-se a força motriz do empreendedor que deseja a todo esforço provar que sua idéia é viável.

**Relato 6** – *“Ah! Isso foi uma vontade mesmo de ter uma empresa, de ter uma independência, e não trabalhar mais como empregado, e... sei lá, de uma empresa não sei... mais uma vontade.”*

**U.S.** – O sujeito revela que o início de sua atividade empreendedora decorre de sua vontade de deixar a condição de empregado de uma empresa, pois acredita que assim será independente. Demonstra uma vontade de produzir algo próprio, que reflita toda a extensão de sua criatividade. Logo, a criação da empresa incubada é a realização de um sonho antigo, que uma vez executado, implica no surgimento de novos sonhos, como o desejo de obtenção de lucro e sucesso por parte do novo empreendimento.

### UNIDADE TEMÁTICA - Reconhecimento Social

**Relato 2** – *“Meus amigos, assim, principalmente o pessoal que conhece e estudou com a gente, todo mundo bastante feliz e empolgado achando que a gente tá no caminho certo...”*

**U.S.** – O empreendedor enfatiza o apoio que recebe do seu círculo social de convivência. Porém, o uso da palavra “caminho” mostra que ele sente o desejo de manter e reforçar essa crença em seu projeto durante todas as etapas de seu desenvolvimento. O sujeito aparentemente nutre-se da empolgação e felicidade que diz produzir nas pessoas que lhe são próximas. Manter esse apoio é uma estratégia de motivação e força para vencer possíveis obstáculos que irão aparecer em sua jornada.

**Relato 3** – *“Na minha vida ainda, as pessoas não reconhecem, só a esposa... Acho que é porque o negócio tá começando... Nos estamos atendendo mais a região de Maringá, não tendo uma demanda muito expressiva...”*

**U.S.** – O empreendedor faz uma menção especial ao apoio recebido por sua esposa. Na seqüência, apresenta uma justificativa para o ainda incipiente reconhecimento que acredita ser dado ao seu trabalho. O ato de justificar algo pode indicar o desejo de que aquela situação adquira uma outra configuração em um futuro próximo.

**Relato 5** – *“Hoje, que as coisas estão andando, estão caminhando, os amigos e família já começam a acreditar mais, não achando que você está fora da realidade...”*

**U.S.** – O empreendedor revela que no início de sua ação empreendedora, seus entes mais próximos não deram crédito e apoio à sua iniciativa, pois a julgavam uma utopia. No entanto, o empreendedor não desiste e, com o passar do tempo, vai alterando as percepções dessas pessoas. Isso mostra que esse reconhecimento pleno e incondicional consiste em um objetivo a ser alcançado pelo empreendedor. Ele deseja a admiração por parte dos membros que compõem seu ambiente de convívio social.

**Relato 6** – *“Os meus amigos não me vêem como empreendedor.”*

**U.S.** – Essa frase descreve como o empreendedor se sente ao realizar algo diferente. Essa descrença social no empreendedor, até que ele consiga o sucesso, se deve ao fato das pessoas procurarem sempre seguir comportamentos estipulados, que não exigem grandes esforços. Assim, a sociedade ou “consciência coletiva” repele a pessoa que tem coragem de arriscar, de fazer diferente. Recorrendo ao Mito da Caverna escrito por Platão (1987), pode se fazer uma analogia dizendo que o empreendedor, até que obtenha sucesso, é o prisioneiro que foge da caverna e descobre a luz e, com isso, desperta a ira dos demais habitantes da caverna que desejam viver na segurança e estabilidade da escuridão. Por isso, o empreendedor é um ser livre, sua essência é a liberdade, pois é capaz de romper com as estruturas de comportamento previsto para poder realizar seus sonhos.

## 6.2 SÍNTESE DAS UNIDADES DE SIGNIFICAÇÃO

Nos relatos apresentados, é possível observar que os empreendedores expressam-se de uma forma bastante particular. Contudo, é importante ressaltar que a fenomenologia considera inesgotáveis os sentidos de um determinado fenômeno, na medida em que se altera a perspectiva da observação. Deste modo, dependendo do prisma que se estude o fenômeno, existirá uma interpretação.

A análise feita no tópico anterior revelou que os empreendedores relacionam o significado de sua ação empreendedora a temas como Incubação, Oportunidade, Riscos, Inovação, Sonho e Reconhecimento Social. Tais temas evidenciam que os empreendedores vislumbram a sua ação empreendedora como o ato de abrir um negócio para desenvolver uma idéia inovadora, conforme pode ser observado nas falas contidas nas temáticas de oportunidade e inovação.

Dessa forma, os empresários incubados se definem empreendedores ao abrirem um empreendimento que fornecerá bases para o desenvolvimento de sua idéia original. Os entrevistados fazem sempre menção e ressaltam a questão da inovação, ou seja, sua idéia é única e, até o momento, inexplorada. Essa relevância dada à idéia original pode ser observada ainda no desenvolvimento da entrevista, que através do relacionamento face a face permite ao investigador observar as reações e expressões corporais dos empreendedores vinculadas ao conteúdo de cada fala.

Essa definição da ação apresenta grande relevância para compreensão do processo de atribuição de significado elaborado pelo empreendedor, posto que se constata que o mesmo, na realidade da Incubadora Tecnológica de Maringá, atribui significado a sua empresa e produto desenvolvido, sendo esses toda a extensão de sua obra empreendedora.

Sendo assim, para fins dessa análise, a ação empreendedora investigada passa a ser os atos relacionados à abertura de um empreendimento e desenvolvimento de uma idéia/produto original.

A partir desse ponto, inicia-se o processo de compreensão do significado que a ação empreendedora apresenta para os empresários entrevistados.

Retomando o referencial teórico fenomenológico, tem-se que o homem confere sentido ao mundo, pois apresenta uma consciência intencional. Nesse contexto, para o homem atribuir significado a algo, se faz necessário que o mesmo se volte para o objeto ou situação a ser significada, ou seja, utilizar-se-á sua intuição.

Na realidade social dos empresários entrevistados, observa-se que o desenvolvimento de sua ação empreendedora tornou-se o foco central para o qual eles destinam a maior parte de seu tempo e pensamento. Muitos revelam que a ação empreendedora mudou o curso de suas vidas, posto que trabalham de forma incessante para levar ao crescimento e sucesso o produto que está em processo de desenvolvimento ou consolidação no mercado.

A partir dessa constatação do empreendedor focado em sua ação, tem-se que a sua consciência passa a atribuir significados a essa ação, que vão além de sua definição enquanto abertura de uma empresa para desenvolvimento de uma idéia original. A fala “*mudou minha vida*” que pode ser observada em vários depoimentos revela que a ação empreendedora está vinculada a outras dimensões da existência do empreendedor, pois esse está situado no mundo da vida ou cotidiano, que é essencialmente intersubjetivo.

Destaca-se que o conceito de intersubjetividade é diretamente ligado à consciência do outro. Assim, o processo de significação da ação empreendedora deixa de ser isolado e passa a estar vinculado a vários fatores relacionados ao curso da vida do empreendedor. A ação não se encontra estática na incubadora, posto que o seu mentor, aquele que lhe confere significado, é um ser social que está em contínuo processo de construção.

Sendo assim, a ação empreendedora existe devido a alguns fatores ocorridos no mundo da vida do empreendedor, “motivos porque”, visando alcançar objetivos, “motivos para”, que estão contidos no projeto de vida que cada ser humano possui, ainda que para alguns, a existência desse projeto não se manifeste de forma clara.

Dessa forma, a compreensão do significado da ação empreendedora ocorre quando se verifica os motivos presentes nessa ação. Assim, no tópico a seguir retoma-se as unidades temáticas identificadas na leitura dos discursos para, a partir das mesmas, extrair os motivos da ação empreendedora desenvolvida na Incubadora Tecnológica de Maringá.

### 6.3 Os MOTIVOS DA AÇÃO EMPREENDEDORA

A leitura e análise dos discursos dos empreendedores evidenciam a existência de seis eixos centrais de significação dos discursos, sendo esses as vantagens da incubadora de empresas, identificação de oportunidades, consciência dos riscos assumidos, desenvolvimento de idéias inovadoras, realização de um sonho, reconhecimento social. A seguir, um quadro apresenta as unidades temáticas mostrando a recorrência nos discursos coletados.

<b>As unidades temáticas organizadas em categorias e a numeração dos depoimentos nos quais elas foram identificadas</b>	
<b>Categorias de unidades de sentido</b>	<b>Depoimentos</b>
1. Vantagens da Incubadora de Empresas	I, II, III, IV, V, VI
2. Identificação de Oportunidades	I, II, III, IV, V, VI
3. Consciência dos riscos assumidos	I, III, VI
4. Desenvolvimento de Idéias Inovadoras	I, III, IV, V,
5. Realização de um sonho	I, III, IV, V, VI
6. Reconhecimento Social	II,III, V, VI

**Quadro 13** – Recorrência das unidades temáticas

O eixo denominado vantagens da incubadora de empresas mostra que os empreendedores vêem esse órgão com um facilitador do desenvolvimento de sua ação, ao atuar como um redutor de dificuldades ligadas à administração e manutenção da empresa, que para os mesmos é a base para o desenvolvimento de seu produto proveniente de sua idéia original. Nesse sentido, a entrada na incubadora constitui uma etapa localizada entre a justificativa e a finalidade de se desenvolver a ação empreendedora. Ela surge após o processo de tomada de decisão por parte do empreendedor em investir ou não em seu propósito.

Ao observar-se o eixo relacionado à oportunidade, tem-se que o empreendedor observa uma situação no mundo da vida que se transforma o marco para início do desenvolvimento de sua ação. É como se o empreendedor visualizasse que aquela situação no mundo da vida, podendo estar tanto vinculada ao mercado com a fatores pessoais, é um sinal que deve começar a desenvolver sua ação empreendedora, pois o mundo abriu uma entrada para a idéia original.

Nos relatos investigados essa idéia era latente e o surgimento ou identificação de uma oportunidade fez com que o empreendedor tomasse

consciência da viabilidade de sua idéia, entrando em seguida em processo de decisão, avaliando se deveria ou não desenvolvê-la. Assim, a visualização de uma oportunidade constitui um “motivo porque”, na medida em que ela revela para o empreendedor que aquele é o momento de iniciar ou até mesmo transformar o curso de desenvolvimento de sua ação, ou em muitas situações, a oportunidade é que faz com que uma idéia original surja. O homem visualiza a situação e lhe confere sentido. Nessa perspectiva, a oportunidade é um motivo propulsor da criação ou desenvolvimento prático da ação empreendedora. Sendo assim, ela não é uma finalidade, mas sim uma situação propícia que permite ao empreendedor criar ou iniciar o desenvolvimento de sua idéia.

Já ao analisar o eixo temático consciência dos riscos inerentes à atividade empreendedora, tem-se que esse aspecto pode ser configurado como um desafio, um conjunto de obstáculos que, se vencidos, conduzirão ao sucesso. Tais riscos são conseqüências intrínsecas ao processo de desenvolvimento de algo novo, não estando necessariamente ligadas aos motivos de realização de uma ação empreendedora.

Os riscos aparecem durante o curso de uma ação, não estando, em primeiro momento, ligados a sua justificativa ou finalidade. Assim, o desafio é uma conseqüência da ação em curso. Porém, para alguns empreendedores, o desafio pode surgir como “motivo porque” durante o processo de decisão de desenvolvimento da ação empreendedora, como uma busca por superação.

No caso dos empreendedores da Incubadora de Maringá, o risco aparece como um fator indesejado, como um entrave. Observa-se nos empreendedores uma inquietação por obtenção rápida de bons resultados, natural em pessoas que estão no começo de um projeto. Assim, nessa situação específica, o risco incomoda e ainda não motiva, porém não é fator capaz de levar o empreendedor a desistir de sua idéia. Devido a isso, o papel benéfico da incubadora, no sentido de tornar o ambiente mais favorável ao desenvolvimento dos projetos empreendedores seja tão mencionado.

Por sua vez, o eixo desenvolvimento de idéias inovadoras indica um ponto crucial para a ação empreendedora, posto que essa ação deriva dessas idéias. A idéia é o princípio da ação empreendedora, ou seja, o empreendedor pensa em algo novo. Assim, a idéia seria um “motivo porque” que emerge diretamente da mente do empreendedor. Essa idéia está diretamente vinculada à

questão da oportunidade, pois tal idéia pode surgir a partir da visualização de uma oportunidade ou pode ser colocada em prática a partir de uma oportunidade favorável que surge no mundo da vida.

Analisando o eixo temático realização de um sonho, observa-se a existência de duas perspectivas de interpretação que, todavia, conduzem ao mesmo resultado. Na primeira perspectiva, o sonho se configura na realização bem-sucedida da idéia original, ou seja, o empreendedor não sonha em somente desenvolver sua idéia, mas também que essa alcance sucesso. Destaca-se a diferença entre a idéia original e o sonho. Enquanto a primeira consiste em um pensamento puro, o segundo é o desejo que a idéia original seja desenvolvida na prática e alcance sucesso. Desse modo, o sonho passa a ser uma finalidade devido à necessidade da obtenção do sucesso.

Na segunda perspectiva, o sonho está ligado à realização pessoal e financeira, sendo o desenvolvimento da ação empreendedora um caminho para se chegar a esse fim. O sonho se torna um conjunto de objetivos que o empreendedor deseja atingir. Nesse caso, o sonho, “motivo para” está mais diretamente ligado a um projeto de vida que na primeira perspectiva de interpretação.

Por fim, observa-se o eixo temático denominado reconhecimento social. Tal eixo é bastante relevante para essa pesquisa, pois comprova que o empreendedor busca, além de realização pessoal, um reconhecimento por parte das pessoas com as quais apresenta relacionamento, podendo ser essas suas sócias ou contemporâneas. Esse desejo de reconhecimento é naturalmente proveniente da intersubjetividade, pois o homem quer ser valorizado pelo outro. O reconhecimento social poderia estar inserido na questão da realização de sonhos, no entanto, essa questão social merece um destaque especial, posto que revela aspectos da natureza humana.

Em muitos casos, esse reconhecimento é um anseio central do empreendedor, pois no princípio todos os membros de seu círculo de convivência duvidaram que sua idéia original fosse algo consistente e capaz de dar certo. Essa situação de descrença foi relatada nos depoimentos. Assim, o reconhecimento social constitui um “motivo para”.

A partir dessas análises, conclui-se que os motivos presentes na ação empreendedora dos empresários incubados na Incubadora Tecnológica de Maringá são:

- “Motivos porque” – fatores identificados no passado do empreendedor que possibilitaram a ocorrência da ação, sendo esses: a identificação ou surgimento de uma oportunidade e apresentação de uma idéia inovadora, original.

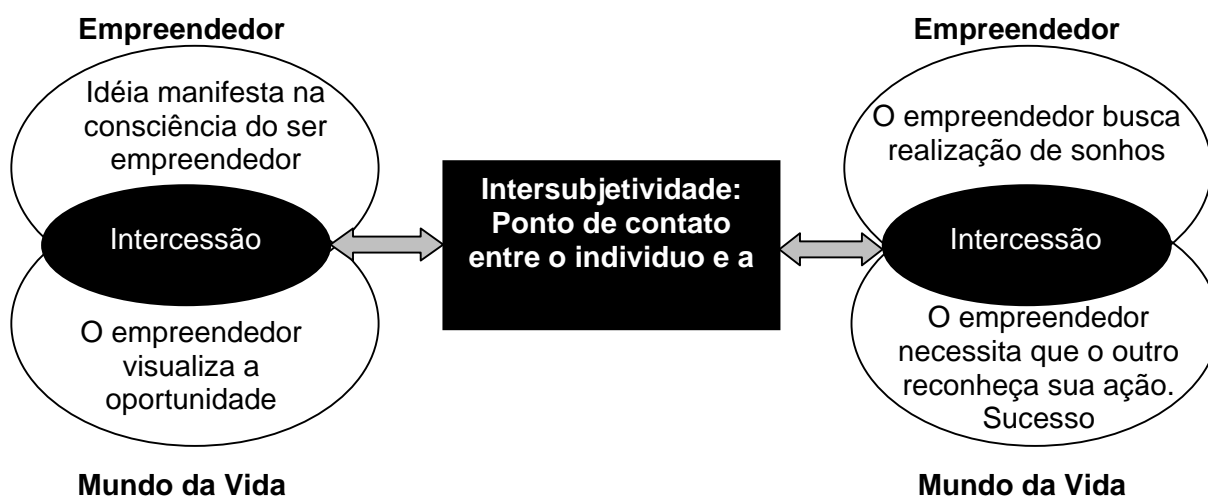
- “Motivos para” – fatores identificados na perspectiva futura do empreendedor que evidenciam a finalidade da ação, sendo esses: a busca por realização de um sonho e reconhecimento social.

Assim, pode-se responder à problemática central dessa investigação, pois os empreendedores atribuem significado à sua ação empreendedora (atos relacionados à criação e desenvolvimento de um produto), a partir de uma oportunidade e idéia original, buscando a realização de um sonho e reconhecimento social.

Portanto, *o significado da ação relaciona-se com mudança na esfera profissional e pessoal, investimento em idéia nova que pode gerar risco, criatividade, observação do mundo da vida, esperança de realização de sonhos, necessidade de valorização.*

Ressalta-se que a formulação de uma idéia é algo intrínseco à **consciência** do ser, a oportunidade se manifesta no **ambiente**, o sonho é uma realização **pessoal** e, por fim, o reconhecimento é algo que **parte do outro**.

Dessa forma, observa-se que a significação da ação empreendedora inicia-se no interior do ser (em sua consciência e desejos), necessitando continuamente encontrar respaldo nos demais seres. O homem sempre está em processo de intercâmbio com o mundo da vida, por isso é essencialmente social. Na visão de mundo intersubjetivo, a intencionalidade da consciência volta-se para o outro ou tu. A figura apresentada a seguir ilustra essa questão da intersubjetividade da ação empreendedora:



**Figura 5** – Intersubjetividade na Ação Empreendedora

Nesse sentido, a ação empreendedora é resultado de uma idéia inovadora que foi criada ou implantada por um ser inserido no mundo da vida, devido à visualização de uma oportunidade, sendo que esse agente busca a realização pessoal de sonhos e reconhecimento por parte dos demais seres integrantes do mundo intersubjetivo.

Pode-se dizer que o reconhecimento social é uma comprovação ou legitimação do sucesso alcançado por sua ação, pois para um homem intersubjetivo não basta a realização pessoal, é necessário que o outro faça uma espécie de autenticação de seus resultados positivos.

Conforme visto no tópico sobre “empreendedorismo na sociedade contemporânea” e comprovado pela análise fenomenológica dos relatos, o ser somente passa a existir como empreendedor em seu meio social mediante obtenção de sucesso. As tentativas de empreender que não obtenham sucesso são somente tentativas sem valor para a sociedade. Devido a essa cultura do sucesso, o reconhecimento social é tão veementemente desejado.

A seguir, a partir dos “motivos para” e “motivos porque” identificados elabora-se o esquema de interpretação típico ideal do empreendedorismo, que representa uma objetivação dos resultados logrados válidos para a situação típica incubadora de base tecnológica.

#### **6.4 ESQUEMA INTERPRETATIVO TÍPICO IDEAL DO EMPREENDEDORISMO**

O esquema interpretativo típico ideal conforme definido por Schütz (1972) deve apresentar um tipo ideal de **ação** e um tipo ideal de **pessoa**, associados à uma **situação típica**. Além disso, deve ser construído a partir dos motivos presentes na ação social, neste trabalho representado pela ação empreendedora.

Dessa forma, o tipo ideal de empreendedorismo é a junção de três aspectos típicos, sendo elaborado a partir da objetivação de dados obtidos em investigações que privilegiam a subjetividade. Vale lembrar, que o tipo vivido é anônimo, sendo um quadro de análise para o fenômeno e não uma descrição exata das vivências.

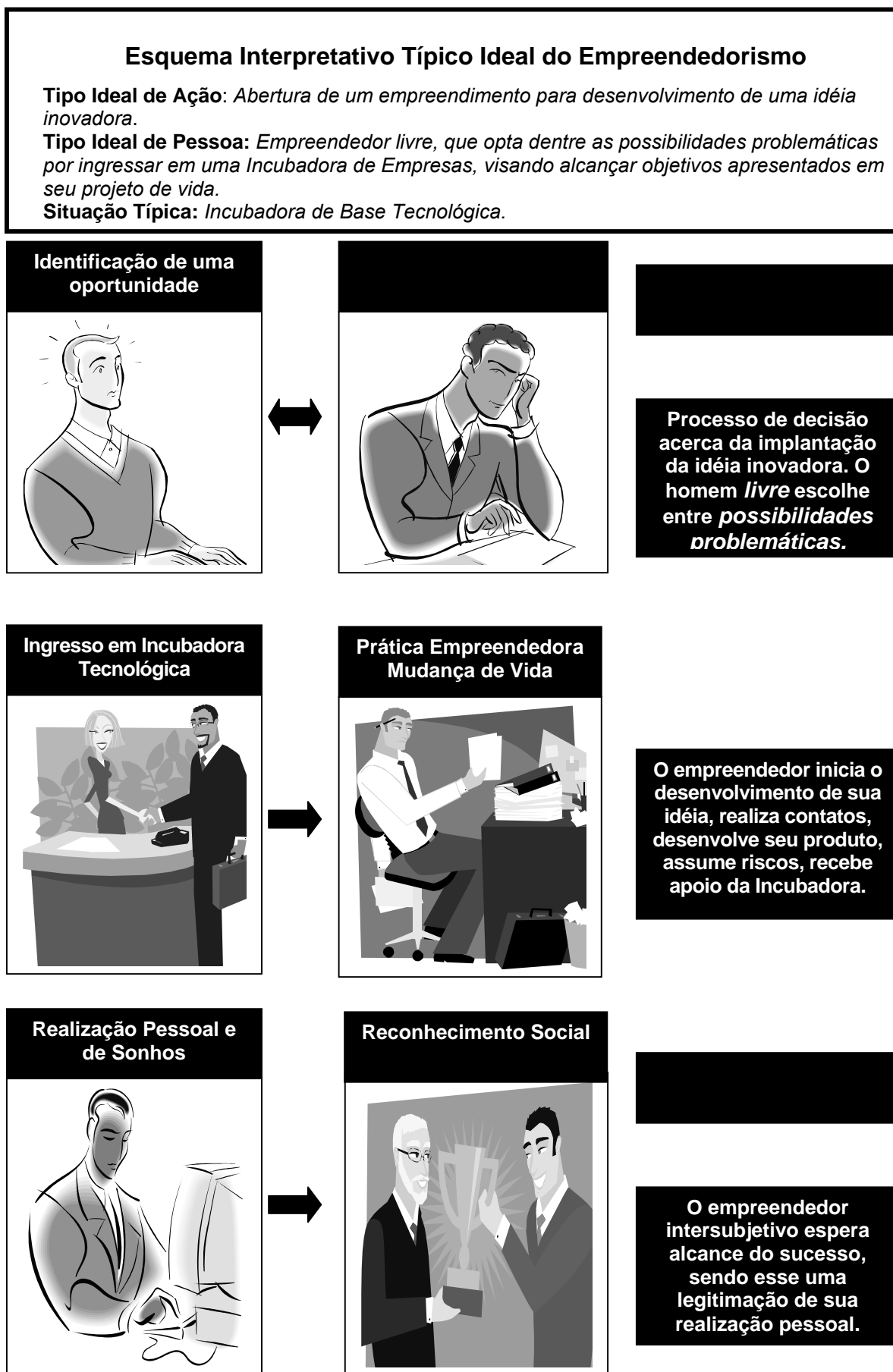
Os motivos mais recorrentes nos relatos de empreendedores da Incubadora Tecnológica de Maringá foram identificados a partir das unidades temáticas que emergiram da análise fenomenológica dos dados coletados. O emprego das unidades temáticas e não especificamente das unidades de significação se deve ao fato dessas primeiras serem resultado de uma observação do todo contido nos seis relatos e as unidades de significação apresentarem um caráter mais particular de cada fala contida nos discursos. Assim, na tentativa de objetivar a subjetividade parte-se das unidades extraídas do todo.

Dessa forma, os motivos presentes na ação empreendedora realizada na Incubadora Tecnológica de Maringá foram desvelados. Os motivos “porque” relacionam com a questão de inovação e oportunidade, sendo os “motivos para” relacionados a realização de sonhos pessoais e busca por reconhecimento social.

Destaca-se que no processo de construção típico ideal, indagações sobre: como se desenvolve a idéia inovadora?, qual a oportunidade identificada?, quais sonhos o empreendedor pretende realizar?, quais as suas aspirações de reconhecimento? são desnecessárias, em virtude de serem singulares e não objetivas.

Esses aspectos singulares se manifestam durante o relacionamento **Nós**, em situação face a face, o que garante a subjetividade, sendo que o tipo ideal de análise deve partir de aspectos comuns, tipificações, construídas por empreendedores após a vivência desse relacionamento.

Assim, o esquema interpretativo típico ideal de empreendedorismo foi delineado. Esse esquema pode ser utilizado para a análise do empreendedorismo desenvolvido em qualquer Incubadora de Base Tecnológica, situação típica. Na seqüência, apresenta-se o tipo ideal de empreendedorismo elaborado.



**Figura 6** – Esquema interpretativo típico ideal do empreendedorismo

Ressalta-se que o tipo ideal é um instrumento de estudo da realidade construído a partir da observação da mesma. Assim, o foco desse esquema interpretativo é o estudo da ação empreendedora, pois para Schütz (1972) um fenômeno só pode ser abordado em seu desenvolvimento, ou seja, no curso de sua ação. Para construção desse tipo vivido, considera-se os postulados estipulados por Schütz (1972), sendo esses: coerência lógica, interpretação subjetiva e adequação.

O postulado da coerência lógica indica que o tipo ideal deve ser elaborado com o rigor metodológico intrínseco à produção do conhecimento científico. O tipo ideal de empreendedorismo obedece a esse postulado, já que foi construído a partir do emprego do método fenomenológico, que prevê a realização da redução fenomenológica como garantia de credibilidade da análise dos dados. Além disso, todos os procedimentos metodológicos adotados e descritos no capítulo “trajetória da pesquisa” comprovam a preocupação com o rigor científico.

Por sua vez, o postulado da interpretação subjetiva visa garantir que o tipo ideal será elaborado a partir da identificação do significado da ação social. Esse postulado complementa o postulado da adequação no sentido de garantir a correspondência com a realidade, pois o tipo construído, ainda que objetivo advém da análise dos significados subjetivos e da experiência singular de cada empreendedor.

O tipo ideal de empreendedorismo segue esse postulado da subjetividade ao utilizar como método de interpretação dos dados coletados a abordagem fenomenológica de Sanders (1982) que procura tornar explícita a estrutura e o significado implícito da experiência humana.

Por fim, tem-se o postulado da adequação que versa acerca da importância do tipo ideal construído apresentar nexos em relação aos acontecimentos que se processam na realidade social. Não há como um tipo ideal se tornar um quadro de análise se as suas referências não apresentarem nenhuma aproximação com a realidade.

O tipo ideal de empreendedorismo contempla esse postulado ao evidenciar como a ação empreendedora se desenvolve em seu princípio, meio e fim, com dados extraídos de entrevistas realizadas com empreendedores que vivenciam esse processo cotidianamente. Dessa forma, essa construção típica tem por base um rigoroso processo de coleta e interpretação de dados. O esquema produzido está em esfera objetiva condizente com a realidade vivida pelos empreendedores

investigados. Logo, vale lembrar que o tipo ideal não representa conhecimentos essencialmente subjetivos, mas sim um conhecimento objetivado que busca ser comum a todos os seres, sem corresponder de forma exata a um ser individualmente.

Portanto, o tipo ideal de empreendedorismo elaborado no presente trabalho está condizente com os ditames dos postulados formulados por Alfred Schütz (1972). Dessa forma, pode ser utilizado em pesquisas vindouras que apresentem o propósito de investigar o empreendedorismo desenvolvido em uma Incubadora de Base Tecnológica, como um quadro de referência.

## 7 CONCLUSÃO

O presente trabalho se propôs a desvelar, em sua parte introdutória, a seguinte problemática de pesquisa: qual o significado que o empreendedor atribui ao empreendedorismo a partir dos motivos presentes em sua ação empreendedora desenvolvida no meio social da Incubadora Tecnológica de Maringá?

Para isso, realizou-se uma revisão de literatura acerca do empreendedorismo, sendo a fenomenologia social adotada como referencial teórico. Na seqüência, elaborou-se uma caracterização de aspectos típicos do universo das incubadoras de empresas, que constituem o meio social em que se processa a ação empreendedora. Além disso, foram apresentados argumentos que justificam a escolha da Incubadora Tecnológica de Maringá como *locus* da pesquisa acerca da ação de empreender. Esse tópico correspondeu ao desenvolvimento do primeiro objetivo específico.

No mais, foram coletados dados a partir de entrevistas semi-estruturadas realizadas com seis empresários incubados na Incubadora Tecnológica de Maringá, sendo esses interpretados a partir dos pressupostos da abordagem fenomenológica de Sanders (1982).

A partir disso, foi possível identificar que os sujeitos significam sua ação empreendedora ao relacioná-la com as temáticas: vantagens da incubadora de empresas, identificação de oportunidades, consciência dos riscos assumidos, desenvolvimento de idéias inovadoras, realização de um sonho, reconhecimento social.

Na seqüência, observou-se que esses eixos temáticos revelam que o empreendedor compreende sua ação empreendedora como o conjunto de atos relacionados a abertura de uma empresa para desenvolvimento de um produto inovador. Assim, o empreendedor atribui significado a sua empresa e produto, posto que esses constituem sua obra empreendedora.

A partir dessa compreensão, os eixos temáticos passaram a ser analisados na tentativa de desvelar os motivos presentes na ação empreendedora. A identificação desses motivos correspondeu ao desenvolvimento do segundo objetivo específico dessa pesquisa, pois tais motivos podem conduzir a um aprofundamento do significado da ação empreendedora, assim como proporcionar

base para a construção do tipo ideal proposto por Alfred Schutz (1972), idealizador da fenomenologia social.

Dessa forma, observando a recorrência dos eixos temáticos nos depoimentos coletados, constatou-se a existência de dois motivos “porque” e dois motivos “para” presentes na ação empreendedora, sendo esses, respectivamente: identificação de oportunidade e surgimento de idéia inovadora, realização pessoal de sonhos e reconhecimento social.

Logo, pode-se responder à problemática central, ao constatar que os empreendedores, ao significarem a ação empreendedora a partir dos motivos, atribuem à mesma os seguintes sentidos: *mudança na esfera profissional e pessoal, investimento em idéia nova que pode gerar risco, criatividade, observação do mundo da vida, esperança de realização de sonhos, necessidade de valorização.*

Por fim, os motivos presentes na ação empreendedora foram utilizados para construção típico ideal do empreendedorismo, que correspondeu ao desenvolvimento do terceiro objetivo específico. Segundo Schütz (1972), o esquema interpretativo típico ideal deve apresentar um tipo ideal de ação e pessoa, associados a uma situação típica. Nesse trabalho, evidenciou-se que o tipo ideal de empreendedorismo decorre da junção dos três aspectos apresentados a seguir:

- **Tipo Ideal de Ação:** abertura de um empreendimento para desenvolvimento de uma idéia inovadora. O curso de ação ideal se inicia com o empreendedor visualizando uma oportunidade, atribuindo sentido a essa oportunidade ao desenvolver uma idéia inovadora. A partir dessa idéia, o empreendedor se confronta com várias possibilidades denominadas problemáticas por serem conflituosas, posto que ele vá ter que escolher se aplica ou não sua idéia. Caso decida pela prática, o empreendedor ingressa em uma incubadora de empresas onde passa a vivenciar várias situações de aprendizado, risco, formação de parcerias, atendimento ao cliente, aspectos intrínsecos ao desenvolvimento de uma ação empreendedora em um ambiente de negócios. Por fim, visa com essa ação conseguir a realização pessoal de seus sonhos, assim como obter reconhecimento social dos membros de seu círculo de convivência social.

- **Tipo Ideal de Pessoa:** Empreendedor livre, que opta, dentre as possibilidades problemáticas, por ingressar em uma incubadora de empresas, visando alcançar objetivos apresentados em seu projeto de vida.

- **Situação Típica:** Incubadora de Base Tecnológica.

Esse esquema interpretativo típico ideal do empreendedorismo pode ser empregado em estudos vindouros como um quadro de referência, ou seja, um método de análise. Isso constitui a maior relevância do tipo ideal, uma vez construído a partir da objetivação de vários significados subjetivos, esse pode auxiliar na compreensão da realidade. Na qualidade de típico, torna-se possível buscar compreender em que aspectos um empreendedor se diferencia do modelo estipulado. Esse tipo de estudo poderá ainda contribuir para a consolidação da epistemologia do empreendedorismo, em face de sua metodologia de análise subjetivo-objetivo.

Dessa forma, acredita-se que a pesquisa em seu desenvolvimento conseguiu responder ao questionamento proposto, assim como alcançar os objetivos estipulados. Portanto, esse trabalho evidenciou que o empreendedorismo desenvolvido em uma incubadora de base tecnológica consiste em um contínuo intercâmbio de relações entre os empreendedores, frutos de um passado e repletos sonhos para o futuro.

## REFERÊNCIAS

ANPROTEC. Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. **As incubadoras de empresas no Brasil: Panorama 2005**. Brasília: ANPROTEC, 2005.

BACIC, M. **Entrepreneurship comparative study in Latin America and Asia**. (2001) Disponível em: [https://www.capitalderisco.gov.br/vcn/empreendedorismo\\_e\\_desenvolvimento\\_CR.asp](https://www.capitalderisco.gov.br/vcn/empreendedorismo_e_desenvolvimento_CR.asp). Acesso em 29 de novembro de 2006.

BAETA, A. M. C. **O desafio da criação: uma análise das incubadoras de empresas de base tecnológica**. Petrópolis: Vozes, 1999.

BANDA, M. Z. **Compreensão típico-ideal da prática profissional do enfermeiro em hospitais públicos**. Ribeirão Preto, 2004. Tese (Doutorado) USP.

BARROS, Z. X., TORNERO, M. T., Cardoso, L. G., POLLO, R. A. **Estudo da adequação do uso do solo, município de Maringá/PR, utilizando-se de geoprocessamento**; Engenharia Agrícola; 2004.

BAUMAN, Z. **Hermeneutics and social science**. London: Hutchinson, 1978.

BEUREN, I. M. RAUPP, F. M. O suporte das incubadoras brasileiras para potencializar as características empreendedoras nas empresas incubadas. **RAUSP - Revista de Administração**, São Paulo, v.41, n.04, p.419-430, out-dez. 2006.

BJERKE, B. **Understanding entrepreneurship - a new direction in research?** Stockholm University, 2000.

BOAVA, D. L. T. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo**. Londrina, 2006. Dissertação (Mestrado), UEL.

BOAVA, D. L. T. **Vivências e percepções de alunos de graduação em turismo face ao contexto educacional da UFOP**. Ouro Preto, 2004. Monografia (Graduação), UFOP.

BOULTON, W. R.; CARLAND, J.; HOY, F. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy Management Review**, v. 9, n° 2, 1984.

BRAGA, J. N. P. **O Empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento. O programa IES/SOFTEX.** Salvador, 2003. Dissertação (Mestrado), UFBA.

BROLLO, M. X. **Intenções empreendedoras:** um modelo econômico psicológico entre estudantes universitários. Florianópolis, 2006. Tese (Doutorado) UFSC.

BRUYNE, P.; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais.** Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.

BUENO, J. L. P. **O Empreendedorismo como superação do estado de alienação do trabalhador.** Florianópolis, 2005. Tese (Doutorado) UFSC.

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis.** London: Heinemann, 1979.

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en général.** London: Fetcher Gylor, 1755. In Éditions Weltanschauung: Montreal, 2003. Disponível em <<http://www.innovatique.com/welt/html/cantillon.PDF>> Acesso em 04 de junho de 2006.

CAPALBO, C. **Fenomenologia e ciências humanas.** Londrina: Eduel, 1996.

CAPALBO, C. **Metodologia das ciências sociais:** a fenomenologia de Alfred Schütz. Rio de Janeiro: Antares, 1979.

CARLAND, J.W.; CARLAND, J.A.; HOY, F. S. An entrepreneurship Index: an empirical validation. **Frontiers of Entrepreneurship Research**, 1992.

CARVALHO, A. S. **Metodologia da entrevista:** uma abordagem fenomenológica. Rio de Janeiro: Agir, 1991.

CRABTREE, B. F.; MILLER, W. L. Primary care research: a multimethod typology and qualitative road map. In: CRABTREE, B. F.; MILLER, W. L. **Doing qualitative research.** London: Sage, 1992.

CUNNINGHAM, J. B. e LISCHERON, J., Defining entrepreneurship, **Journal of Small Business Management**, January, p. 45-61, 1991.

DIAS, C.; CARVALHO, L. F. Panorama mundial das incubadoras. In ARANHA, J. A. **Modelo de gestão para incubadoras de empresas**: implementação do modelo. Rio de Janeiro: Rede de Incubadoras do RJ, 2002.

DILTHEY, W. **The construction of the historical world in the human sciences**. Stuttgart: Teubner, 1958.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Planejando incubadoras de empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: Prática e Princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

EHRICH, L. Revisiting phenomenology: its potential for management research. In: **Proceedings challenges or organisations in global markets**. British academy of management conference. Said Business School, Oxford University, 2005.

FILION, L. J. Oportunidades de Negócio. In: FILION, L.J.; DOLABELA, F. **Boa Idéia! E agora?**: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, jul/set.1991.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, nº 2, abril/junho 1999.

FONSECA, S. A.; KRUGLIANSKAS, I. Avaliação do desempenho de incubadoras empresariais mistas: um estudo de caso no Estado de São Paulo, Brasil. In: Conferência latino-americana de parques tecnológicos e incubadoras de empresas, Panamá. **Anais...** Panamá: IASP, 2000.

GERBER, M. E. **O mito do empreendedor revisitado**: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. São Paulo: Saraiva, 1996.

GIL, A. C. O método fenomenológico na pesquisa em administração. São Caetano do Sul: **Caderno de pesquisa pós-graduação IMES**, v. 4, n. 8, p. 33-42, 2003.

GORMAN, R. A. **A visão dual**: Alfred Schütz e o mito da ciência social fenomenológica, Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

GUEDES, M.; BERMÚDEZ, L. A. Science parks and business incubator in developing countries. Lessons from Brazil. In: **IV World conference on science parks proceedings**, Beijing, China, 1995.

GUBA, E. C. **The paradigm dialog**. California: Newbury Park, 1990.

HACKETT, S. M.; DILTS, D. M. A Systematic Review of Business Incubation Research. **Journal of Technology Transfer**, Netherlands, v. 29, p. 55-82, 2004.

HISRICH, R. D. PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Boockmam, 2004.

HEIDEGGER, M. **Ser e tempo**. Petrópolis: Vozes, 1999.

HUSSERL, E. **A idéia da fenomenologia**. Portugal: Edições 70, 1990.

HUSSERL, E. **Investigações lógicas**: sexta investigação (elementos de uma elucidação fenomenológica do conhecimento). São Paulo: Nova Cultural, 1988.

HYTTI, U. New meanings for entrepreneurs: from risk-taking heroes to safe-seeking professionals, **Journal of Organizational Change Management**, v. 18, n° 6, 2005.

JESUS, M. C. P.; PEIXOTO, M. R. B.; CUNHA, M. H. F. O paradigma hermenêutico como fundamentação das pesquisas etnográficas e fenomenológicas. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 6, n° 2, p. 29-35, abril 1998.

KEYNES, J. M. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Altas, 1992.

KIRZNER, I. M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago. University of Chicago Press, 1973.

KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas**. Recife: Bagaço, 2000.

LEMO M. V. **O papel das incubadoras de empresas na superação das principais dificuldades das pequenas empresas de base tecnológica**. Rio de Janeiro, 1998. Dissertação (Mestrado), UFRJ.

LICHTENSEN, G. A; LYONS, T. S. **Incubating new enterprises: a guide to successful practice**. Washington: The Aspen Institute, 1996.

LUDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: E.P.U., 1986.

MARTINS G. S., LIMA, A.A.T.F.C., SANTOS, C.A., OLIVEIRA, A.R., CARVALHO, R.M.M.A., GOMES, R.C. Incubadoras de Base Tecnológica: um estudo sobre a Capacitação Gerencial no Processo de Incubação In: XXVII ENANPAD-Encontro Anual da ANPAD, 27, 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.

MARTINS, J.; BICUDO, M. **A pesquisa qualitativa em psicologia: fundamentos e recursos básicos**. São Paulo: Cortez, 1989.

MARX, K. **Manuscritos económicos y filosóficos**. 1844. Disponível na biblioteca virtual: "Marxists Internet Archive". Disponível em: [www.marxists.org/espanol/m-e/index.htm](http://www.marxists.org/espanol/m-e/index.htm). Acessado em 20 de novembro de 2006.

MARSHALL, A. **Princípios de economia**. São Paulo: Abril. 1982.

MASINI, E. F. S. Enfoque fenomenológico de Pesquisa em Educação, In: FAZENDA, I. **Metodologia da pesquisa educacional**. São Paulo: Cortez, 1989.

MAY, T. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MCCLELLAND, D. **The achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.

MCT. Ministério da Ciência e Tecnologia. **Manual para a implantação de incubadoras** (2000). Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/Temas/Desenv/Manual-Incubadoras.pdf>>. Acesso em 29 de novembro de 2006.

MEDEIROS, J. A., MEDEIROS, L. A., MARTINS, T., PERILO, S. **Pólos, parques e incubadoras: a busca da modernização e competitividade**. CNPq: Brasília, 1992.

MENDONÇA, J. R. G. **Incubadora de inovação**: Diretoria de Inovação e Direção Tecnológica. (2004). Disponível em: <http://www.cori.rei.unicamp.br/foruns/empreen/evento7/atech.ppt>. Acesso em 29 de novembro de 2006.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

MILL, J. S. **Princípios de economia política**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC- ABRASCO, 1998.

MINER, J. B. **Os quatro caminhos para o sucesso empresarial: como acertar o alvo no mundo dos negócios**. São Paulo: Ed Futura, 1998.

NASSIF, V. M. J.; CARMO, R. M. Incubadoras de empresas e a capacidade empreendedora das pessoas. In: XXIX Encontro anual da ANPAD, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.

NICKLES, U. T. **Ejercicio de construcción de un ideal-tipo de la vida social: El caso del emprendedor**. Cinta de Moebio No. 12. Diciembre, Universidad San Sebastián, Chile, 2001.

NEERMANN, E. M. V. **Uma proposta de arquitetura para projetos de implantação de incubadoras de base tecnológica.** Florianópolis, 2001. Dissertação (Mestrado) UFSC.

OED. **Oxford English Dictionary.** Open University Press, 2006. Disponível em <<http://www.oed.com/>> Acesso em 04 de janeiro de 2006.

PAIVA JÚNIOR, F. G. **O empreendedorismo na ação de empreender:** uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz. Belo Horizonte, 2004. Tese (Doutorado), UFMG.

PLATÃO. **A República.** Coleção Os Pensadores, Nova Cultural, 1987.

REDE INCUBAR. **Rede das incubadoras de empresas e parques tecnológicos brasileiros.** Informações Gerais. (2006). Disponível em <<http://www.redeincubar.org.br>> Acesso em 08 de maio de 2006.

REZENDE, A. M. **Concepção fenomenológica em educação.** São Paulo: Cortez, 1990.

SANDERS, P. Phenomenology: a new way of viewing organizational research. **Academy of management review**, vol. 7, nº 3, p. 353-360, 1982.

SAY, J. B. **Traité d'économie politique:** ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses. Paris, 1803. In TREMBLAY, J.M. Quebec, 2002. Disponível na internet: <[http://www.uqac.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/classiques/say\\_jean\\_baptiste/traite\\_eco\\_pol/Traite\\_eco\\_pol\\_Livre\\_1.pdf](http://www.uqac.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/classiques/say_jean_baptiste/traite_eco_pol/Traite_eco_pol_Livre_1.pdf)> Acesso em 04 de junho de 2006.

SCHÜTZ, A. **El problema de la realidad social.** Buenos Aires: Amorrortu, 1974a.

SCHÜTZ, A. **Estudios sobre teoría social.** Buenos Aires: Amorrortu, 1974b.

SCHÜTZ, A. **Fenomenologia del mundo social:** introduccion a la sociologia comprensiva. Buenos Aires: Paidós, 1972.

SCHÜTZ, A. **Fenomenologia e relações sociais.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SMITH, A. **A riqueza das nações**: investigação sobre a sua natureza e suas causas. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SEBRAE. **Tipos de incubadoras**. (2003) Disponível em: [http://www.df.sebrae.com.br/preview/creator2/webs/sebrae/consultoria/contecnologia/incubadora/incubadora\\_a\\_poiio.cfm](http://www.df.sebrae.com.br/preview/creator2/webs/sebrae/consultoria/contecnologia/incubadora/incubadora_a_poiio.cfm). Acesso em 29 de novembro de 2006.

SIMÕES, S. M. F.; SOUZA, I. O. Um Caminhar na Aproximação da Entrevista Fenomenológica. **Revista latino-americana de enfermagem**. Ribeirão Preto, v, 5 nº 3, p. 13-17, julho, 1997.

SMILLOR, R. W. Managing the incubator system: critical success factors to accelerate new company development. **IEEE Transactions of engineering management**, v.34, nº 3, p.146-155, Aug. 1987.

SOUZA, E.C.L.; NASCIMENTO JR, A. Análise da Relação Universidade-Empresa de Base Tecnológica da Universidade de Brasília. In: XXVII ENANPAD-Encontro Anual da ANPAD, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.

SOUZA NETO, B. **Contribuições e elementos para uma educação empreendedora popular**: o caso do artesão brasileiro. Rio de Janeiro, 2001. Tese (Doutorado) UFRJ.

SPIEGELBERG, H. **The phenomenological movement**. The Hague: Martinus Nijhoff Publishers, 1984.

SPOLIDORO, R. Habitats de inovação e empreendedores: agentes de transformação das estruturas sociais. TECBAHIA. **Revista baiana de tecnologia**. v. 14. nº 3, p. 9-21. 1999.

STAINSACK, C. **Estruturação, organização e gestão de incubadoras**. Curitiba, 2003. Dissertação (Mestrado), UTFPR.

THIRY-CHERQUES, H. R. Programa para aplicação às ciências da gestão de um método de caráter fenomenológico. In: VIEIRA, M. M. F; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.

TIMMONS, J. A. **The entrepreneurial mind**. Andover: Brick House Publishing, 1989.

TRIVIÑOS, A. N. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

VERCEZI, J. T. **O processo de formação da região metropolitana de Maringá**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2004.

VIDAL, F. A. B.; SANTOS FILHO, J. L. Comportamento empreendedor do gerente-proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte. In: XXVII ENANPAD-Encontro Anual da ANPAD, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.

VON MISES, L. **La acción humana**. Tratado de Economía. Unión Editorial. Madrid. 1986.

VON WRIGHT, G. H. **Explaining and understanding**. London: Routledge & Kegan Paul, 1971.

ZEDTWITZ, M. Classification and management of incubators: aligning strategic objectives and competitive scope for new business facilitation. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 3, n° 1/2, 2003.

WEBER, M. **Economia e sociedade**: Fundamentos da Sociologia Compreensiva Brasília, DF: Editora da Universidade de Brasília, 1991.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

BOAVA, D. L. T. MACEDO, F. M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. In: XXX Encontro anual da ANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

BOAVA, D. L. T. MACEDO, F. M. F. LOPES, P. da C. Percepções de empresários incubados em face do contexto empreendedor. In: XXX Encontro anual da ANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. Ática: São Paulo, 2002.

COLTRO, A. A. fenomenologia: um enfoque metodológico para além da modernidade. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, n. 11, p. 37-45, jan-mar 2000.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

FRANÇA, C. **Psicologia fenomenológica**: uma das maneiras de se fazer. Campinas: Unicamp, 1989.

FURTADO, M. A. T. **Fugindo do quintal**: empreendedores e incubadoras de empresas de base tecnológica no Brasil. Brasília: SEBRAE, 1998.

GASPAR, F. A. C. O estudo do empreendedorismo e a relevância do capital de risco. In: XIII Jornadas luso-espanholas de gestão científica. 13. 2003, Lugo, **Anais...** Lugo, 2003.

GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO JÚNIOR, E. Investigando o potencial empreendedor e de liderança criativa. In: XXVI Encontro anual da ANPAD, 26, 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002.

OLIVEIRA, A. M.; SANABIO, M. T. Compreendendo o fenômeno do empreendedorismo: uma análise das escolas do pensamento empreendedor In: EGEPE – Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 4. 2005, Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2005.

RAMOS, A. G. **Administração e contexto brasileiro**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1983.

SEVERINO, E. **A filosofia contemporânea**. Lisboa: Edições 70, 1986.  
SHANE, S. A. **A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003.

## **APÊNDICES**

## Apêndice I – Alfred Schütz



Alfred Schütz (1899 – 1959)

Alfred Schütz nasceu em Viena, no ano de 1899, filho de Otto Schütz (1874-1942), advogado de um banco privado e Johanna Schütz (1873-1955). Durante seus anos de escola, Schütz interessou-se por literatura, música e arte. Graduou-se pelo Ginásio de Esterhazy e juntou-se à divisão da artilharia do exército austríaco aos 18 anos, lutando na I Guerra Mundial, servindo a frente italiana. Após a guerra, retornou à Áustria com a finalidade de dar continuidade aos seus estudos na Universidade de Viena.

Nessa instituição, Schütz estudou direito, ciências sociais e economia com renomadas figuras, tais como Hans Kelsen e Ludwig von Mises. Durante os anos em que permaneceu em Viena, freqüentava o Círculo de Mises, um dos mais famosos círculos austríacos, no qual se discutiam questões epistemológicas e metodológicas acerca das ciências naturais e sociais.

Tal círculo era interdisciplinar e Schütz fez inúmeras amizades que continuaram durante as décadas de 1930 e 1940, sendo essas: os economistas Gottfried von Haberler, Friedrich A. von Hayek, Fritz Machlup, Oskar Morgenstern, o filósofo Felix Kaufmann e o cientista político Eric Voegelin.

A partir de 1925, Schütz se dispôs a fundamentar epistemologicamente conceitos estipulados por Weber em sua teoria da sociedade, que a seu ver estavam insuficientemente embasados.

Em 1926, Schütz casou-se com Ilse Heim, tendo, posteriormente, dois filhos: Evelyn Schütz e George F. Schütz. Em 1927, Schütz foi nomeado oficial executivo da Companhia Reitler, uma empresa bancária vienense com relações internacionais. Esse trabalho levou Edmund Husserl a descrever Schütz como “um banqueiro pelo dia e um filósofo pela noite”.

Dando continuidade ao seu objetivo de aprofundar os escritos de Weber, trabalho imensamente popular entre os intelectuais de Viena, Schütz inspira-se na filosofia da consciência e do tempo de Henri Bérgrson. Com isso, Schütz pretendia esclarecer noções como significado, ação e intersubjetividade. Os resultados foram coletados em manuscritos.

Porém, ainda descontente com suas análises da temporalidade, Schütz descobriu a relevância da fenomenologia de Edmund Husserl (1859-1938). Foi então que produziu seu principal trabalho, *A Fenomenologia do Mundo social* (1932), uma obra que Husserl elogiou chamando-o de “um fenomenologista sério e profundo.” Gastou o resto dos anos de 1930 em tentativas de mostrar como a fenomenologia do mundo social poderia ir ao encontro do pensamento econômico de Mises e de Hayek.

A carreira acadêmica e de negócios de Schütz foi compulsivamente interrompida quando Adolf Hitler anexou a Áustria em 13 de março de 1938, sendo separado de sua família por três meses, pois se encontrava na França. Como advogado e homem de negócios internacionais, pôde ajudar numerosos intelectuais a escapar da Áustria, acabando por imigrar com sua família para os Estados Unidos, em 14 de julho de 1939.

Nesse país, continuou ajudando a imigrantes e trabalhando com a Companhia Reitler. Cooperou também com Marvin Farber, que fundou a Sociedade Internacional de Fenomenologia, que visava instituir e editar a filosofia e a pesquisa fenomenológica.

Em 1943, Schütz começou a ensinar nos cursos de sociologia e filosofia da Faculdade Graduada para Nova Pesquisa Social. Suas responsabilidades incluíam: apresentar artigos em seminários gerais, supervisionar dissertações e ocupar uma cadeira do departamento de filosofia durante 1952-1956.

Apesar dessas diversas atividades, Schütz trocava extensivas correspondências filosóficas com Farber, Aron Gurwitsch, Fritz Machlup, Eric Voegelin, e Maurice Natanson, seu estudante graduado entre 1951 a 1953.

Entretanto, somente a correspondência com Gurwitsch foi publicada: *A correspondência de Alfred Schütz e de Aron Gurwitsch, 1939-1959*.

Ainda nos Estados Unidos, Schütz publicou uma coleção de artigos em uma variedade de tópicos, explicando e criticando o pensamento de Husserl; examinando os trabalhos de filósofos americanos tais como William James e George Santanyana; analisando obras de filósofos continentais como Jean-Paul Sartre; desenvolvendo suas próprias posições filosóficas nas ciências sociais, na temporalidade, na língua, nas realidades múltiplas, na responsabilidade e no simbolismo.

Diversos estudiosos continuaram a tradição de Schütz na filosofia e na sociologia, tal como Maurice Natanson que enfatizou a tensão entre as dimensões individuais, existenciais e sociais da experiência de vida diária. Thomas Luckmann desenvolveu uma obra sociológica de implicações do conhecimento e do pensamento de Schütz que mostravam as diferenças entre a ciência e o mundo da vida. John O'Neill fundiu o pensamento de Schütz com o de Merleau-Ponty focalizando no vivido o corpo da comunicação. Outros acadêmicos dedicaram-se ao trabalho de Schütz e ao desenvolvimento de suas introspecções.

Schütz viveu nos Estados Unidos até sua morte prematura, em 1959.

**Apêndice II – O Dizer dos Empreendedores****Depoimento Nº 01**

1. O que mais pesou na minha decisão para entrar na incubadora de empresas foi a questão das parcerias... A gente percebeu que a incubadora poderia abrir mais as portas para o nosso trabalho, para o mercado, comercialização, além de nos dar ajuda como a questão dos custos que aqui se tornam bem baixo para a gente... Não é tão caro fazer a manutenção nossa aqui... A gente sai da faculdade, tem a parte técnica e tudo, acho que é conhecer na prática como que é então, acho que é uma realização pra gente, né? Tanto profissionalmente como pessoalmente. Nós estamos pré-incubados, mas nosso software já tá no mercado já... Já tá fazendo seu papel, temos alguns clientes, ligados ao sistema...

2. Nossa empresa não tá pronta ainda, a gente conversou semana passada sobre o apoio na comercialização, mas eles batem bem em cima que para o apoio da incubadora aumentar, o produto tem que estar pronto, sendo bom, eles vão usar as noções deles, né? ...A respeito disso... A gente teve que responder um questionário SEBRAE semana passada que mostra como tá nosso desenvolvimento, e a previsão nossa é que até o meio do ano nossos produtos estejam prontos já.

3. Aconteceu de eu vir para cá, como eu te falei em busca de parcerias né..., a gente pensou bastante, pois a curto prazo a gente podia ser mais reconhecido, estar ligado mais aos parceiros que a gente tem aí assim... né? .... Como a prefeitura também... e... ia ser uma porta maior que a gente ia entrar, então daí a gente ia dar um passo maior, que se a gente tivesse alguma salinha em alguma sala comercial. Na verdade, eu fazia faculdade e conhecia aqui... mas nunca pensei em abrir uma empresa e começar aqui... A idéia do nosso software surgiu da necessidade que o meu sócio trabalhava em uma empresa de construção civil e eu também desenvolvo, aí então, a gente pensou assim... Ah! Vamos fazer um projeto, desenvolver um sistema e... começou a idéia, a gente colocou no papel... aí... em julho a gente entrou com a inscrição aqui, fomos aceitos e em setembro a gente começou...

4. Empreendedorismo? Ora é... A gente aprendeu bastante na faculdade isso... estudou bastante...na teoria a gente pensava que era bem mais fácil que na prática, porque quando a gente empreende o começo é muito difícil... Então, a gente sonha muito em colher frutos mais em um período, um ano, então... é um risco que a gente toma, né? Mas um risco que pode trazer muito benefício para gente, né? A gente pegou uma idéia nova, né, e estamos colocando no papel e na prática né... e vamos alcançar o sucesso, com certeza!

**Depoimento Nº 02**

1 – O que chamou bastante nossa atenção aqui, foi o fato da incubadora ter diversas parcerias, aí... são diversos órgãos aí... que poderiam dar um apoio e uma, vamos dizer assim... uma imagem de uma estrutura por trás da nossa empresa. É... foi muito bom para gente entrar aqui na incubadora, quando a gente entrou a gente deu um salto no produto, acabamos de fazer uma parceria com outra empresa incubada aqui... Então, a gente pegou o produto já que tava em desenvolvimento, estamos melhorando ele, terminando de desenvolver... e já lançamos no mercado. Então, é uma coisa que a gente planejava e para o nosso produto pra daqui a um ano, um ano e meio... Como a gente entrou na incubadora veio o acesso a parceria com essa outra empresa e já estamos quase prontos para entrar no mercado de vez, e entramos aqui em setembro...O convívio com os outros empresários nos ajudou bastante...

2 – É a gente ainda não usufruiu ainda do que eu acho que a incubadora pode oferecer... É, justamente, por a gente ser uma empresa pré-incubada, existem outras portas para as empresas que já estão incubadas aqui, já estão abertas e tudo mais... a gente ainda não teve acesso é... há todos os benefícios que a incubadora pode nos proporcionar, principalmente na parte de comercialização e assessoria desse parte.

3 – É, a gente, inicialmente, foi um produto que surgiu de uma necessidade mesmo da empresa que eu trabalhava... Como a gente teve a matéria de empreendedorismo no quinto ano da faculdade, a gente fez plano de negócios, conheceu como é que funciona, toda a sistemática de uma incubadora e tudo mais... Aí, quando surgiu a idéia de realmente fazer esse produto, a gente já pensou em vir para cá... Eu tenho muito contato com o.... conversando assim... encontrei com ele em um dia de almoço lá e falei que precisava conversar e ele deu a idéia da gente vir para cá e tal... A partir daí, a gente foi... É, no futuro a gente espera muito sucesso né? A gente acha que tem um produto muito bom, que tem um diferencial bem legal, que tem um mercado aí pouco explorado... Então a gente espera de dar muito bem nesse ramo que a gente entrou...

4 – Ah! Empreendedorismo acho que é a transformação de uma visão de negócio em realidade, acho que seria isso, bem isso... sinteticamente falando. Sou um empreendedor. E estar na incubadora faz parte disso, pois é um canal que muita gente não conhece e pode te abrir muitas portas. E muito interessante estar aqui... Meus amigos, assim, principalmente o pessoal que conhece e estudou com a gente, todo mundo bastante feliz e empolgado, achando que a gente tá no caminho certo...

**Depoimento Nº 03**

1 – Estamos incubados desde setembro, e o aspecto mais significado dessa minha vivência é o socorro na hora que a gente se dá de frente com alguma situação devido à pouca experiência, a gente não sabe resolver, a gente encontra o respaldo na incubadora, né? E quando eles não podem resolver, pelo menos podem indicar alguém que possa estar conversando, pra você poder tirar sua dúvida e tentar resolver seu problema. Minha vida mudou bastante... A gente vê o mercado de uma outra forma, até pelo fato da gente ser ... né? A gente tem uma formação bastante teórica, assim... Nós somos formados para sermos pesquisadores, né? Não empreendedores... Então! De repente, a gente tem um produto que dava para vender e a gente não sabia muito bem como lidar com isso né... Então mudou bastante coisa sim, bastante coisa sim... a gente tá aprendendo muito aqui na incubadora. Nós em quatro, mais dois... e um...

2 – Eu acredito que a incubadora, ela proporciona como eu poderia dizer assim... ela proporciona uma ambiente favorável, né? Eu acredito assim, que fora da incubadora nós demoraríamos mais tempo para estar no mercado né... A incubadora ajudou a gente a agilizar o processo... Entrei direto na incubação porque o produto nosso já era muito desenvolvido, um projeto de pesquisa dentro do laboratório... A maior ajuda é em termos de formação e conhecimento... Pra nós, a estrutura física é interessante que a gente é... tem um local onde a gente pode fazer a parte administrativa, atender o cliente tudo e tal... Mas como a nossa empresa é uma empresa de... então, nós dependemos noventa por cento de um laboratório de..., então também é cedido pra gente via incubadora, numa parceria com a UEM...

3 – Bom, na minha vida, eu vou confessar pra você que nunca pensei em ser empresário... né? A gente tinha uma outra idéia, ser pesquisador... levar uma vida acadêmica né... essa era a primeira idéia, mas aí de repente surgiu a oportunidade né... aí a gente começou a trabalhar com isso e agora a gente tá gostando... A idéia surgiu de alguém que trabalha aqui na administração da incubadora vendo o nosso trabalho, de repente chegou e conversou a gente: “Olha isso pode se tornar produto... isso pode se tornar uma empresa ... Vocês podem tirar isso de dentro do laboratório e levar para a comunidade...” E foi assim que a empresa começou a saber... Não vem a ser assim... um sonho desde ... Ah! Vamos fazer uma empresa... Apesar de agora o sonho se converge para essa meta, né? Então, assim agora a gente já pensa em fazer doutorado em alguma área que possa trazer algum benefício para a empresa, né? Hoje nós trabalhamos com dois produtos diferentes e queremos colocar mais produtos no mercado, pra fazer a empresa crescer e realmente se consolidar... Então, pro futuro... justamente é esse ... o desenvolvimento de novos produtos, né... principalmente produtos que ainda não são viabilizados no mercado, né... no nosso caso de uma empresa de cunho tecnológico... Tem muita coisa que o governo sempre tá soltando editais... Pedindo que o pessoal trabalhe em cima disso... Diagnóstico de algumas doenças, tanto voltado para área de humanas como voltado para a área de agronegócios... E as perspectivas para o nosso futuro são essas sabe... investir ... nessa... como é que eu posso falar... geração, né... de novos produtos né... Pretendendo continuar com nosso trabalho..

4 – Acho que é difícil... acho que... a palavra empreendedorismo é difícil de definir... Eu acho que pra gente que tem uma formação acadêmica formada muito pra dentro do laboratório, a gente não conhece muito da porta pra fora do laboratório... A gente pensa assim, empreendedorismo né, talvez seja o que eu esteja vivendo a questão de você sair para fora, de você enfrentar um mercado, de você enfrentar uma concorrência... de você conseguir fazer o cliente, de você conseguir manter o cliente... Acho que sou um empreendedor... eu acho que sim, porque a gente corre atrás de tudo isso né... e agora a gente passa o tempo todo pensando onde pode melhorar, onde pode crescer... como que a gente pode enfrentar, né? Como a gente pode ser o primeiro... Na minha vida ainda, as pessoas não reconhecem, só a esposa... Acho que é porque o negócio tá começando... Nos estamos atendendo mais a região de Maringá, não tendo uma demanda muito expressiva...

**Depoimento Nº 04**

1 – *Lados positivos ou negativos? Bom, nós temos o apoio da incubadora, alguns aspectos deixam a desejar porque... assim, a maioria das empresas incubadas tem a ver com software... e nós aqui é uma empresa de ... que está sendo incubada... Então às vezes eles não têm certo suporte para dar pra gente... Então a gente tem que ficar correndo atrás, né? Nós acabamos nos virando por nós mesmos... Só quanto a isso de ajuda né... Agora estrutura física, é... manutenção, tudo, ok... Aqui são várias empresas cada um fica em um box, então é complicado a gente se relacionar e quem a gente tem mais contato é uma outra empresa de software que eles fazem..., um dos sócios que eu particularmente tenho mais contato profissional mesmo... As outras empresas eu conheço, não tenho tanto contato...*

2 – *Nosso trabalho é... a estrutura física que ela nos oferece é muito boa se a gente tivesse que sair não teria como né, pois o que impede a gente é o custo dos equipamentos de laboratório... As outras empresas que são software, só computador, tranqüilo. Como o nosso trabalho é técnico, prático... a gente precisa de um laboratório e isso dificulta pra gente, o laboratório... Se a gente tivesse um laboratório com os equipamentos prontos e tudo... Como a gente tá incubado, a gente tem um convênio com a UEM, essa oportunidade de fazer um contrato entre a empresa e o laboratório da UEM....Isso também é um fato muito importante...*

3 – *Bom, eu me formei em..., como os outros sócios, um é..., a oportunidade de nós tornamos empresários, ser dono do próprio negócio, surgiu dentro do laboratório com o apoio de professores daqui da incubadora. Eu acredito que particularmente nem sonhava em ser empresário, dona do próprio negócio, fazer aquilo que eu gosto. A maioria do pessoal, às vezes, pensa em dar aula não quer ter seu próprio negocio, é mais complicado, mais difícil... né? Nós tivemos essa facilidade através da incubadora, o apoio com o laboratório via UEM, pra gente, pra mim foi uma grande realização.... Então, eu pretendo continuar e lutar, às vezes surgem muitos problemas.... mas... a gente procura batalhar pra continuar. É uma realização pessoal... O mercado tá aí competitivo, se você não correr atrás é complicado... Nossa tendência é sempre crescer nossos exames, nos trabalhamos com diagnóstico molecular do DNA. Então, a tendência é sempre crescer e ir pra frente....*

4 – *Olha, pra mim, como posso dizer, você ter novas idéias, e a partir delas você gerar novos empregos, gerar novas tecnologias... Hum.. que mais... No momento assim, me considero uma empreendedora, a gente tá com uma coisa nova... primeira empresa aqui do Paraná de ..., e assim... é tudo muito novo pra mim e assim é difícil assim acreditar... fazendo os exames que a gente tá fazendo aqui no Paraná... Eu acho que nós somos empreendedores.*

**Depoimento Nº 05**

1 - Faz 12 meses que eu estou aqui no programa. A incubadora ajuda bastante em termos de contato... Como ela tem um nome e nós que somos pequenas empresas e estamos entrando no mercado hoje a gente procura sempre manter contatos fortes da incubadora e a gente consegue sempre pegar alguns clientes... alguns trabalhos... assim... algum serviço por causa da incubadora, né? Nós nos comunicamos com as outras empresas incubadas, mas pouco, pois cada um tem que desenvolver seu projeto e são áreas diferentes, a tecnologia e os modos de trabalho. Mas a gente acaba por trocar experiências entre mercado, escritório, contabilidade, como funciona, entrada e saída de serviço, a gente tem uma grande dificuldade, pois a gente não tem um conhecimento de administração, um conhecimento técnico. Então, fica meio que um pouco complicado... Olha a incubadora mudou bastante minha vida, a responsabilidade que você tem algo que é seu e tem que ficar todo o dia aqui, senão você não consegue crescer... A responsabilidade é grande com seus clientes, que tem que entregar no prazo. Eu já entrei direto na incubação.

2 – Mais importante entre a incubadora e a empresa, olha além da parceira, eu acho que é o espaço físico acaba tendo segurança, que a gente tem por trás da incubadora, acho que é isso..

3 – Na nossa área que é a área da internet, ela funciona da seguinte maneira: a tecnologia que nós estudamos é uma tecnologia ultrapassada que acaba sendo limitada ao deficiente visual, isso a gente enxergou antes que o pessoal tá enxergando hoje no caso. E a empresa foi fundada através de um decreto de lei, que o presidente Lula, fez o decreto dizendo que todos os portais de grande tecnologia, como o UOL, os sites governamentais, sites institucionais, teriam que ter tecnologia acessível aos deficientes visuais, já que é direito de todo mundo, todo mundo tem esse direito de interagir com a comunicação. E aí foi fundada, com a tecnologia bem complicada, o pessoal estuda, e trabalha e pesquisa nessa área. Esse é novo foco. Pra futuro, existe uma organização mundial que é a W3C que, como eu posso dizer, gerencia essa tecnologia. Daí, a internet ela tomou muitos rumos, ela cresceu muito rápido e ela tomou muito ramo e cada um foi escrevendo ela de um jeito, e essa W3C dos Estados Unidos, na verdade é um consórcio, tá filtrando essa tecnologia, fazendo ficar só uma tecnologia de nível mundial e inovador.

4 – Empreendedorismo? Nossa essa palavra é muito forte! A gente não tem o conhecimento dessa palavra. Tipo você é empreendedor mas... Como eu posso definir empreendedorismo? Uma palavra.. Ah! Acho que é uma pessoa que sonha bastante, que pode melhorar, que pode ter vários funcionários, que pode apresentar um projeto de futuro, assim sabe? Olha eu sonho bastante e digo que vai dar certo! Essa é nossa meta! Olha, no começo acho que ninguém acredita, assim, você tá começando, é um sonho, às vezes, muita gente duvida desse sonho. Hoje que as coisas estão andando, estão caminhando, os amigos e família já começam a acreditar mais, não achando que você está fora da realidade...

**Depoimento Nº 06**

1 – Estou aqui na incubação há quase três anos e meio... e acho que não tenho nada mais significativo, que tenha chamado mais a minha atenção. Acho que a incubadora tem feito o papel dela, né? Nada fora do padrão.

2 – Bom, a incubadora é um canal de comunicação, eu diria, de repente com uma pessoa, com outras empresas, com outras áreas. Eu acho que é assim um facilitador dos contatos para as empresas que estão aqui... É... seria também um meio de conseguir recursos do governo, né? Embora esses recursos sejam escassos, não por culpa da incubadora, mas por culpa do governo. E também facilita por ser dentro da UEM, então estamos próximos do pessoal que estuda informática, ciência da computação, então facilitou pra gente o acesso à mão-de-obra, ou seja, pega estagiário para trabalhar entendeu? Isso facilitou o fato da gente estar na incubadora e ainda dentro da UEM. A estrutura física da incubadora ajuda também, porque é uma sala com ar condicionado, mesa, cadeira, isso facilita para uma empresa que tá começando e não tem nada disso.

3 – Ah! Isso foi uma vontade mesmo de ter uma empresa, de ter uma independência, e não trabalhar mais como empregado, e... sei lá, de uma empresa não sei... mais uma vontade de... e também o que eu faço, que é programação você caminha para esse lado que é você mesmo fazer os programas e começar a comercializar, você fica num emprego só você acaba por ficar travado naquilo que a empresa te designar a saber. Mas como empresário posso fazer quantas outras coisas eu achar interessante. É... difícil falar do futuro porque a gente não sabe o que vai acontecer, aí a gente fica meio reservado, né? A gente espera é que a empresa cresça e a gente possa ajudar as pessoas, dando emprego, em primeiro lugar isso, ter também os seus lucros para poder criar uma situação financeira muito boa, mas é complicado falar com você... amanhã posso até partir para outra coisa...

4- Empreendedorismo? Não sei... Empreendedor é um cara meio maluco que quer arriscar um pouco. Me considero empreendedor porque larguei um emprego de onze anos, abri uma empresa, fechando contrato com um cliente só, e abri uma empresa sem saber exatamente o que vai surgir pela frente, se você vai conseguir terminar aquilo, contrato, que você firmou, tem que ter um pouco de coragem.... Os meus amigos não me vêem como empreendedor, sabem que a gente tem uma empresa é rico, mas as coisas não são bem assim, posso ter uma empresa e ganhar menos do que uma pessoa empregada, mais algumas pessoas, a primeira que sabem que é dono de empresa... dá um certo status... Aqui na incubadora é muito bom, eu trabalho com os estagiários, tendo um relacionamento bom, as pessoas podem precisar da gente e nós também, principalmente com o pessoal da incubadora, sem ter um bom relacionamento com o pessoal da incubadora não faz sentido.

**ANEXO**

## **Anexo I – Estatuto Social da Incubadora Tecnológica de Maringá**

### **CAPÍTULO I – DA INCUBADORA TECNOLÓGICA DE MARINGÁ, SUA SEDE E ENTIDADES PARTICIPANTES.**

**Art. 1º** - A **Incubadora Tecnológica de Maringá**, inscrita no CNPJ sob nº 03.907.838/0001-51, é uma Sociedade Civil sem fins lucrativos, com personalidade jurídica de direito privado, com autonomia administrativa e financeira, que se regerá pelo presente Estatuto, pelas leis que lhe forem aplicáveis e pelas diretrizes acordadas pelos Convênios de Cooperação firmados pelas entidades partícipes.

**Art. 2º** - A sociedade tem a sede de sua administração e domicílio no Campus da Universidade Estadual de Maringá, sito a Avenida Colombo, 5790, zona 07, CEP 87020-900, na cidade de Maringá, Estado do Paraná.

**Art. 3º** - Poderão ser admitidas outras entidades que venham a ser partícipes da Incubadora, desde que aprovado pelo CONSELHO GESTOR, estabelecido no Artigo 12, e mediante responsabilidade estabelecida em termo de convênio específico firmado com a incubadora.

**Art. 4º** - As entidades partícipes da Incubadora poderão ser demitidas ou excluídas, sempre por justa causa, fundamentada e por decisão de 2/3 dos membros do Conselho Gestor, em assembléia geral especificamente convocada para esse fim, quando infringir o presente estatuto ou venha a exercer atividades que comprometa a ética e a moral da Incubadora.

**Art. 5º** - A entidade excluída terá direito à defesa na assembléia geral subsequente.

## **CAPÍTULO II – DAS FINALIDADES E OBJETIVOS**

**Art. 6º** - A Incubadora terá a finalidade de:

- I. Contribuir para a criação, desenvolvimento e aprimoramento de empresas de base tecnológica, nos seus aspectos tecnológicos, gerenciais, mercadológicos e de recursos humanos;
- II. Materializar, oportuna, econômica e eficientemente, a inovação e o progresso tecnológico apoiando as empresas nascentes ou as empresas já existentes que necessitam atingir nível tecnológico e gerencial mais moderno e competitivo.
- III. Promover os desenvolvimentos institucionais, contribuindo para o desenvolvimento da tecnologia, da pesquisa e do ensino.

Parágrafo Único: A Incubadora buscará assegurar o seu fortalecimento e melhorar o seu desempenho, mediante a implantação, operação e gerência técnica e administrativa de empresas de base tecnológica.

**Art. 7º** - São objetivos específicos da Incubadora:

- I. Fornecer infra-estrutura tecnológica e de gestão empresarial que facilite a transformação de projetos de novos produtos, processos e serviços em empresas de base tecnológica;
- II. Identificar e apoiar empresas e empreendedores que se interessam em explorar, industrial e comercialmente, os resultados de pesquisas disponíveis nas instituições de Maringá e região;
- III. Proporcionar às empresas existentes, oportunidades de criar o seu departamento de pesquisa e desenvolvimento dentro da incubadora;
- IV. Induzir à modernização, as empresas ligadas aos setores tradicionais, através da oferta de produtos e serviços gerados pelos projetos incubados;

- V. Orientar a implantação de sistema da qualidade e produtividade nas empresas incubadas;
- VI. Incentivar o estabelecimento de parcerias entre empresário e pesquisador;
- VII. Promover a integração entre centros de pesquisas, empresas e comunidade, em nível nacional e internacional;
- VIII. Alavancar novos negócios em médio e longo prazo;
- IX. Difundir a cultura empreendedora;
- X. Apoiar a consolidação de empreendimentos na área tecnológica;
- XI. Ser uma alternativa de geração de emprego e de renda;
- XII. Compartilhar recursos de infra-estrutura através de parcerias institucionais;
- XIII. Promover os desenvolvimentos científicos, tecnológicos e institucionais;
- XIV. Realimentar as instituições de ensino e pesquisa, indicando demandas apresentadas por empresas para serem objeto de estudo, investigações ou plano de ensino ou treinamento.

### **CAPÍTULO III – DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL**

**Art. 8º** - A Incubadora terá a seguinte estrutura organizacional básica:

- I. Assembléia Geral
- II. Conselho Gestor
- III. Gerência
- IV. Corpo Técnico-Administrativo

#### **DA ASSEMBLÉIA GERAL**

**Art. 9º** - A Assembléia Geral será a reunião de todos os membros partícipes da Incubadora Tecnológica de Maringá, estabelecido no artigo 12.

**Art. 10** - A Assembléia Geral reunir-se-á ordinariamente uma vez ao ano e, extraordinariamente, sempre que necessário, por convocação de 1/5 dos membros partícipes ou pelo Presidente, de forma estatutária para as deliberações de sua exclusiva competência, de acordo com o artigo 59º e parágrafo único do Código Civil

que estabelecem: “Compete privativamente à assembléia geral: I – eleger os administradores; II – destituir os administradores; III – aprovar as contas; IV – aprovar e alterar o estatuto”.

Parágrafo único: para as deliberações a que se referem os incisos II e IV é exigido o voto concorde de dois terços dos presentes à Assembléia especialmente convocada para esse fim, não podendo ela deliberar, em primeira convocação, sem a maioria absoluta dos associados, ou com menos de um terço nas convocações seguintes.

**Art. 11** - As reuniões da Assembléia Geral se instalarão, em primeira convocação, com a presença de 2/3 (dois terços) de seus membros e caso não seja atingido o quorum previsto neste artigo, instalar-se-á a reunião, em segunda convocação, após meia hora, com no mínimo 1/3 (um terço) dos membros.

**Art. 12** - As deliberações da Assembléia Geral, quer seja ordinária ou extraordinária, serão tomadas por voto concorde de 2/3 (dois terços) dos presentes à Assembléia, não podendo ela deliberar, em primeira convocação, sem a maioria absoluta dos associados, ou com menos de 1/3 (um terço), em segunda convocação, cabendo ao seu Presidente apenas o voto de qualidade em caso de empate nas deliberações.

## DO CONSELHO GESTOR E SEU PRESIDENTE

**Art. 13** - O CONSELHO GESTOR será o órgão superior de deliberação e orientação técnico-administrativo, constituído por 01 (um) membro, não remunerado, de cada entidade partícipe da Incubadora, por prazo indeterminado.

§ 1º - O CONSELHO GESTOR poderá solicitar à entidade a substituição do representante da entidade em caso de 3 faltas consecutivas a reuniões ou 5 faltas alternadas sem justificativa.

§ 2º - Em caso de desistência ou renúncia de qualquer dos membros indicados, a entidade partícipe respectiva deverá indicar um substituto.

§ 3º - O CONSELHO GESTOR terá um Presidente e um Vice-Presidente, eleitos por seus membros.

§ 4º - Dos Deveres do Presidente do CONSELHO GESTOR:

- a) Presidir as reuniões do Conselho e a centralização dos assuntos a serem incluídos na pauta;
- b) Fazer cumprir o Estatuto, as deliberações da Assembléia Geral e do CONSELHO GESTOR.

§ 5º - O mandato do Presidente e Vice-Presidente é de 2 (dois) anos, sendo permitida(s) recondução(ões).

§ 6º - O CONSELHO GESTOR reunir-se-á ordinariamente uma vez por mês e, extraordinariamente, sempre que necessário, por convocação de seu Presidente, estabelecido no inciso I. Assembléia Geral.

§ 7º - Dos Deveres do CONSELHO GESTOR:

- a) Indicar, aprovar e contratar a Gerência da Incubadora.
- b) Sugerir diretrizes e ações para o alcance dos objetivos da Incubadora e acompanhar sua implementação;
- c) Deliberar sobre os projetos das empresas candidatas à incubação mediante análise prévia da Gerência e parecer dos Consultores *Ad hoc*, no que se refere a plano de negócios, viabilidade técnico-econômica e prazo de incubação, este nunca superior a três anos;
- d) Decidir sobre renovação ou prorrogação de contratos das empresas incubadas, bem como sobre mudança de prazo de incubação;
- e) Deliberar sobre planos e programas anuais e plurianuais, normas, critérios e outros instrumentos necessários ao funcionamento da Incubadora;
- f) Opinar a respeito de assuntos sobre os quais for consultado pela Gerência;
- g) Estabelecer normas para a execução e aprovar a realização de acordos, ajustes e contratos envolvendo a Incubadora;
- h) Deliberar sobre a publicação de editais de convocação dos interessados em incubar projetos na Incubadora;
- i) Avaliar o desempenho das empresas incubadas, à vista de relatórios apresentados por elas e análises da Gerência e dos Consultores *Ad hoc*;

- j) Deliberar como única instância, sobre os recursos contra atos e decisões da Gerência;
- k) Interpretar o Regimento e deliberar sobre os atos da Gerência que com ele colidirem;
- l) Aprovar anualmente o Plano de Metas proposto pela Gerência da Incubadora;
- m) Empenhar-se na busca de recursos financeiros, materiais e humanos para o suporte das atividades da Incubadora;
- n) Elaborar e aprovar em consonância com o Convênio de Cooperação e com o Estatuto, o Regimento Interno da Incubadora;
- o) Deliberar sobre quaisquer temas de interesse da Incubadora;
- p) Zelar pelo bem da Incubadora, em especial cumprindo e fazendo cumprir as normas baixadas pelo presente Estatuto, pelo Convênio de Cooperação e por outros instrumentos aplicáveis, e acompanhar suas implementações;
- q) Os deveres específicos de cada partícipe estão dispostos no Termo de Cooperação.

§ 8º - Direitos do CONSELHO GESTOR:

- a. Propor medidas que visem melhorar o desempenho da entidade;
- b. Votar e ser votados;
- c. Os direitos específicos de cada partícipe estão dispostos no Termo de Cooperação.

**Art. 14** - O CONSELHO GESTOR poderá contar com os consultores *Ad Hoc* para elaboração e fundamentação de pareceres em propostas de incubação, seus planos de negócio e relatórios de avaliação, sobre os aspectos tecnológicos, gerenciais, mercadológicos, viabilidade econômica e de recursos humanos, entre outros, julgados pertinentes, em consonância com os editais de convocação.

**Art. 15** - O CONSELHO GESTOR deverá submeter as contas anuais da Incubadora à auditoria para posterior aprovação.

**Art. 16** - O CONSELHO GESTOR poderá substituir a Gerência, ou qualquer integrante do Corpo Técnico-Administrativo, a qualquer tempo.

## DA GERÊNCIA

**Art. 17** - A Gerência será o órgão de administração geral da Incubadora, cabendo-lhe fazer cumprir as decisões, diretrizes e normas estabelecidas pelo CONSELHO GESTOR, para que sejam atingidos os objetivos institucionais;

§ 1º - A Administração será exercida por profissional com habilidades comprovadas na área tecnológica e gerencial, indicado e aprovado pelo CONSELHO GESTOR, e contratado(a) de acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

§ 2º - Dos Deveres da Gerência:

- a) Gerir o complexo técnico, administrativo e operacional da Incubadora;
- b) Cumprir e fazer cumprir o Estatuto, Regulamentos, os Convênios de Cooperação e as decisões do CONSELHO GESTOR;
- c) Servir de agente articulador entre empresas em incubação e a Incubadora;
- d) Elaborar planos e programas anuais e plurianuais, normas, critérios e outras propostas julgadas necessárias ou úteis à administração da entidade, para apreciação e deliberação do CONSELHO GESTOR;
- e) Elaborar e fazer publicar os editais de convocação dos interessados em apresentar projetos para incubação, para seleção de empresas a serem incubadas, deliberando sobre dúvidas e casos omissos, consultando o CONSELHO GESTOR;
- f) Analisar, com base no parecer dos Consultores *Ad hoc*, para posterior encaminhamento ao CONSELHO GESTOR, as propostas de candidatos à incubação;
- g) Submeter ao CONSELHO GESTOR os recursos apresentados pelas empresas contra suas decisões, com parecer fundamentado;
- h) Buscar, junto aos participantes da Incubadora, o apoio para a execução das propostas e projetos aprovados pelo CONSELHO GESTOR;
- i) Em consonância com o CONSELHO GESTOR, realizar gestões junto aos órgãos competentes, para obtenção de recursos necessários à efetivação dos projetos;

- j) Administrar a contabilidade da Incubadora, e submeter ao CONSELHO GESTOR o orçamento anual, as contas, os balanços e os balancetes dos recursos recebidos e utilizados e o relatório anual da incubadora, para julgamento e aprovação;
- k) Expedir normas administrativas e operacionais, necessárias às atividades da incubadora e funcionamento das empresas em incubação;
- l) Assinar, em nome da Incubadora, convênios, acordos, ajustes, contratos, obrigações e compromissos, aprovados pelo CONSELHO GESTOR;
- m) Fornecer ao CONSELHO GESTOR, informações e meios necessários ao eficiente desempenho de suas atribuições;
- n) Divulgar as resoluções, políticas e diretrizes definidas pelo CONSELHO GESTOR;
- o) Orientar e acompanhar os trabalhos da equipe envolvida na administração da incubadora e as atividades das empresas;
- p) Orientar e acompanhar os trabalhos da incubadora, em especial as ações de suporte técnico, administrativo e operacional às empresas em incubação;
- q) Participar, quando convocado, das reuniões do CONSELHO GESTOR;
- r) Assinar cheques, fazer aplicações financeiras e resgates de títulos e movimentar as contas da Incubadora, em conjunto com um, de dois membros do CONSELHO GESTOR, por ele indicados;
- s) Representar a Incubadora, judicial e extrajudicialmente.

§ 3º - Para o cumprimento de suas atribuições a Gerência pode contar com o auxílio de Assessores, Executores e integrantes do corpo técnico-administrativo, podendo delegar-lhes atribuições.

## DO CORPO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

### **Art. 18 – Dos Deveres do Corpo Técnico-Administrativo:**

- a) Organizar o expediente da Gerência;
- b) Preparar as reuniões do CONSELHO GESTOR, secretariá-las e lavrar suas atas;
- c) Redigir a correspondência e providenciar sua expedição;

- d) Manter arquivo de documentos e cadastro de informações;
- e) Manter registro de entrada e saída dos documentos da Incubadora;
- f) Organizar a documentação para a contabilidade;
- g) Executar outras tarefas pertinentes ao expediente da Incubadora.

## **CAPÍTULO IV – DO PATRIMÔNIO**

**Art. 19** - O Patrimônio da Incubadora será constituído pelos bens Móveis ou Imóveis que vier adquirir ou a receber em doação.

Parágrafo Único. As questões de propriedade industrial serão tratadas e deliberadas pelo CONSELHO GESTOR caso a caso, considerando-se o grau de envolvimento da incubadora no desenvolvimento ou aperfeiçoamento de modelos, produtos ou processos utilizados pela empresa em incubação, com observância da legislação aplicável.

## **CAPÍTULO V – DA RECEITA**

**Art. 20** - Constituem receitas da Incubadora as dotações, que vier receber, os valores pagos pelas incubadas, as doações ou subvenções recebidas de instituições e órgãos governamentais de fomento à pesquisa e desenvolvimento de tecnologia e de incentivo às empresas.

§ 1º - Os gastos realizados pela Incubadora para a incubação de empresas, tais como custos com água, luz, telefone, expediente, inclusive com a contratação de pessoal necessário à infra-estrutura e outros encargos, serão levados à conta de gastos com o “condomínio” e rateados entre as empresas incubadas.

§ 2º - A diferença entre o arrecadado e o devido será custeada pelas doações e subvenções oriundas de instituições e órgãos governamentais de apoio às micro e pequenas empresas e de fomento à pesquisa e desenvolvimento de tecnologia, do

Fundo Municipal de Desenvolvimento Econômico – FMD, ou de outras entidades ou instituições, para essa finalidade.

§ 3º - Constituem-se também, receitas da Incubadora, os direitos de propriedade industrial, por ventura pagos pelas empresas que encerrarem seu contrato de incubação, conforme previsto nos contratos estabelecidos com as incubadas.

§ 4º - Os recursos obtidos pela Incubadora são integralmente aplicados na manutenção e no desenvolvimento de seus objetivos.

## **CAPÍTULO VI – DO EXERCÍCIO FINANCEIRO**

**Art. 21** - A Gerência da Incubadora apresentará ao CONSELHO GESTOR a proposta orçamentária para cada exercício, referente ao custeio e a aplicação de recursos da Instituição, assim como a prestação anual de contas.

§ 1º - O exercício financeiro da Incubadora terá início no dia 01 de janeiro e terminará no dia 31 de dezembro de cada ano.

§ 2º - Por solicitação da Gerência da Incubadora e condicionado à aprovação do CONSELHO GESTOR, o orçamento poderá ser revisto e modificado, durante o correspondente exercício.

**Art. 22** - O CONSELHO GESTOR terá prazo até o último dia do exercício anterior para deliberar sobre a proposta orçamentária do exercício seguinte a que se refere o artigo 14.

Parágrafo Único. Uma vez aprovada a proposta orçamentária, ou esgotado o prazo para que O CONSELHO GESTOR delibere sobre ela, a Gerência da Incubadora ficará autorizada a realizar as despesas nela previstas.

**Art. 23** - O CONSELHO GESTOR terá prazo até o último dia do primeiro trimestre civil para deliberar sobre a prestação de contas apresentada e retorná-la à Gerência.

Parágrafo Único. Dos resultados líquidos provenientes das atividades da Incubadora, em cada exercício, parte será lançada em sua reserva patrimonial e parte será utilizada na manutenção de suas atividades, para o exercício seguinte, conforme decidir o CONSELHO GESTOR.

## **CAPÍTULO VII – DA DURAÇÃO**

**Art. 24** - A duração da Incubadora será por prazo indeterminado.

## **CAPÍTULO VIII – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Art. 25** - A remuneração do pessoal técnico, administrativo e de apoio da Incubadora é fixada pelo CONSELHO GESTOR.

**Art. 26** - Fica eleito como competente para dirimir as controvérsias não resolvidas amigavelmente ou por juízo arbitral, quando couber, o Foro da Comarca de Maringá, Paraná.

**Art. 27** - O presente Estatuto será levado a registro no cartório competente pelas instituições partícipes da Incubadora.

**Art. 28** - As empresas incubadas, os membros do CONSELHO GESTOR, e dos Consultores *Ad hoc*, e a Gerência, não respondem solidária ou subsidiariamente pelas obrigações contraídas pela Incubadora ou em nome dela.

**Art. 29** - A dissolução da entidade somente poderá ocorrer por deliberação e aprovação expressa de 2/3 dos membros do CONSELHO GESTOR, em assembléia geral, especificamente convocada para este fim, exigindo o voto concorde de 2/3

dos presentes, não podendo deliberar em primeira convocação sem a maioria absoluta dos membros, ou com menos de 1/3 nas convocações seguintes.

**Art. 30** - Dissolvida a entidade, o patrimônio social remanescente da liquidação dos créditos e débitos será destinado à instituição congênere sem fins lucrativos, que por ventura exista em Maringá, ou na falta desta, à Universidade Estadual de Maringá.

**Art. 31** - Os casos omissos no presente estatuto serão resolvidos pelo CONSELHO GESTOR.

**Art. 32** - O presente Estatuto somente poderá ser alterado, através de Assembléia Geral Extraordinária, especificamente convocada para este fim, exigindo o voto concorde de 2/3 dos presentes, não podendo deliberar em primeira convocação sem a maioria absoluta dos membros, ou com menos de 1/3 nas convocações seguintes.

Maringá, 13 de dezembro de 2005.

*Paulo Roberto Pereira de*  
*Souza OAB – nº 6109/PR*

*Vânia Calsavara Bueno*  
GERENTE

*Carlos W. Martins Pedro*  
PRESIDENTE