

Empreendedorismo no Agronegócio: O caso da produção da cachaça de qualidade - TIRA MÁGOA

Bruno Martins Augusto Gomes 1
gomesbma@yahoo.com.br

Marcos Tanure Sanabio 1,2
mtanure.sanabio@ufjf.edu.br
1 Universidade Federal de Lavras

Antônio Carlos dos Santos 1
acsantos@ufla.br

2 Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Os comportamentos humanos são decorrentes da história de cada um, dos valores compartilhados pelo grupo social no qual está inserido. Dessa forma, sintetiza não apenas os conhecimentos de uma pessoa, mas também a sua história pessoal e profissional e a situação específica sendo vivenciada. É partindo desse pressuposto que se pretende estudar o comportamento empreendedor. O presente trabalho tem como objetivo apresentar a história do empreendedor Alarico, seus comportamentos e ações empreendedores relacionados ao processo produtivo da cachaça de qualidade. O trabalho estrutura-se em um referencial teórico sobre empreendedorismo, em seguida apresenta os procedimentos metodológicos para então apresentar os resultados e discuti-los. Acredita-se que o trabalho traz uma contribuição para pesquisadores do comportamento empreendedor e do processo produtivo da cachaça, bem como para micro e pequenos empresários.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Agronegócio; Pequena empresa.

1. INTRODUÇÃO

A Tira-Mágoa é uma empresa, localizada no município de Jequeri, MG, com aproximadamente 40 anos de tradição. Ao longo desses anos o seu proprietário e fundador Alarico Augusto Gomes, sempre zelou pela qualidade do produto. Preocupação que a história demonstra ser importante já que poucas são as fábricas de cachaça que perduram este tempo e com um padrão de qualidade ascendente.

A fábrica era um sonho de criança, pois o Sr. Alarico sempre pensava que um dia haveria de ter um engenho. Já com experiência na agroindústria de cana-de-açúcar, em 1967, o Sr. Alarico iniciou a produção de açúcar e um pouquinho de cachaça. Com o tempo, optou pela cachaça após um princípio difícil, como ele queria, mas com muito trabalho e dificuldade.

Renome e qualidade que não surgem da noite para o dia, são resultado de muitos anos de trabalho árduo, equilíbrio e determinação. Deve-se destacar que grande mister do Sr. Alarico é ser empreendedor, mas sempre agindo de acordo com as possibilidades, respeitando as limitações. Aliado a estas características do Sr. Alarico, está o apoio da família, inclusive na ambiente de produção.

Diante deste instigante caso de sucesso, o presente trabalho tem como objetivo apresentar a história de vida do empreendedor Alarico, que se sobrepõe a empresa que fundou, a cachaça Tira-Mágoa. São apresentados alguns de seus comportamentos e ações empreendedores, especialmente no processo produtivo da cachaça de qualidade. Para cumprir o objetivo, este artigo constitui-se em um estudo de caso, realizado a partir de entrevistas com

o proprietário e fundador da empresa estudada, sendo os dados coletados analisados através da técnica de análise de conteúdo. O trabalho estrutura-se em um referencial teórico sobre empreendedorismo e as Escolas do Pensamento Empreendedorista em seguida apresenta os procedimentos metodológicos para então apresentar os resultados e discuti-los.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EMPREENDEDORISMO

De acordo com Siqueira & Guimarães (2002), o vocábulo empreendedor, tal qual o conhecemos hoje, tem sua origem na França do século XVIII, utilizado, pela primeira vez na esfera econômica, por Richard Cantillon. Anteriormente ao século XVIII, a palavra *entrepreneur*, derivada do verbo francês *entreprendre*, significava assumir empreitada que exigia muito esforço, referindo-se a pessoas que organizavam e lideravam expedições militares.

Paiva Jr. & Cordeiro (2002) identificam três linhas de pensamento acerca do empreendedorismo. Têm-se a visão dos economistas iniciada por Cantillon (1755)ⁱ e Jean-Baptiste Say (1803)ⁱⁱ, que associava o empreendedor ao risco, à inovação e ao lucro, ou seja, o empreendedor era visto como pessoas que aproveitavam oportunidades, vislumbrando o lucro, correndo riscos. A partir da década de 1950 tem-se a visão dos Behavioristas, que buscavam traçar um perfil da personalidade do empreendedor, destacando-se o trabalho de McClelland (1965) Aproveitei uma referência no texto das Escolas que focalizava os gerentes de grandes empresas. E finalmente tem-se a escola dos traços de personalidade, que contribuiu fornecendo orientações para futuros empreendedores, auxiliando-os na busca por aperfeiçoar aspectos específicos para obterem sucesso (Filion, 1999ⁱⁱⁱ apud Paiva Jr. & Cordeiro, 2002).

Outras abordagens também ressaltam a responsabilidade individual na criação e gestão do negócio, mas se apóiam em variáveis sociais, além das características psicológicas e comportamentais dos denominados empreendedores. Os comportamentos humanos são decorrentes da história de vida de cada um, dos valores compartilhados pelo grupo social no qual está inserido, da crença religiosa abraçada. Assim, na maior parte das vezes, as duas abordagens se misturam ou apresentam interdependência e superposição, como variáveis explicativas para a formação do perfil empreendedor.

Uma das principais referências às teorias mais modernas de análise sociológica do empreendedor e cuja vertente relaciona as origens e a posição social dos indivíduos à sua opção pelo processo de empreender parece remontar aos trabalhos de Weber (1982,1996). Ao analisar a constituição e o funcionamento da sociedade norte-americana, Weber (1982, 1996) constata que a vida privada e o trabalho de cunho empresarial viviam de maneira integrada e até dependente da filiação religiosa.

Busenitz & Ming Lau (1996) e Bygrave (1997) também defendem que elementos de caráter social ou sociológico exercem influência na decisão de empreender. A experiência profissional prévia no ramo do empreendimento pode também minimizar o risco do negócio pela solidez do conhecimento obtido via anos de trabalho naquele setor (Siqueira & Guimarães, 2002). Esse trabalho se balizará pelas vertentes da personalidade, considerando a influências sociais, porém não descartando contribuições de outras abordagens.

Relatos de ações empreendedoras geralmente descrevem pessoas pioneiras, determinadas, detentoras de habilidades que as distinguem da maioria e que as levam a realizar sonhos e planos *de* ou *em* uma empresa (Dolabela, 1999^{iv} apud Siqueira & Guimarães, 2002). Os empreendedores tendem a enfrentar dificuldades ao longo de toda a extensão e magnitude de empresas desde o estágio embrionário até estâncias posteriores de crescimento. Para Drucker (1987)^v e Mintzberg (2000)^{vi} citados por Paiva Jr. & Cordeiro

(2002) associam o espírito empreendedor com a sua caracterização por situações na qual uma pessoa com visão clara de propósitos dirige uma organização para ser mais adaptada aos seus objetivos estratégicos. Por isso, Gimenez & Inácio Jr. (2002) definem o empreendedor como alguém que, no processo de construção de uma visão, estabelece um negócio objetivando lucro e crescimento, apresentando um comportamento inovador e adotando uma postura estratégica.

Schumpeter apud Becker & Lacombe (2003) defende que a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção por meio da exploração de uma invenção ou, mais genericamente, uma possibilidade tecnológica ainda não atestada para produzir um novo bem ou para produzir um bem antigo de uma nova maneira (Becker & Lacombe, 2003). Por isso a criatividade não só faz parte da atividade empreendedora como também é um elemento essencial, sem o qual, não seria possível a atividade empresarial. Tanto para a criação ou desenvolvimento de uma organização, seja ela grande ou pequena, a presença de equipes empreendedoras é fundamental.

Há uma estreita relação entre o empreendedorismo e a criatividade. Tanto o indivíduo empreendedor quanto o indivíduo criativo parecem pertencer a um mesmo grupo, com características psicológicas, de personalidade e de comportamento semelhantes. Essa é a posição defendida por Whiting (1988) que ao analisar as características do indivíduo relativamente mais criativo, percebeu que as mesmas aparecem com suficiente repetição no indivíduo relativamente mais empreendedor Gimenez & Inácio Júnior (2002).

O importante para o empreendedor é estar em um processo dinâmico de aprendizagem, em que possa continuar a aprender indefinidamente. O programa de aprendizagem somente poderá ser determinado a partir da visão que o indivíduo tem para si, ou seja, do que pretende ser e da empresa, o que quer que a sua empresa seja (Filion, faltando data^{vii} apud Teixeira, 2001). Dessa forma, profissionais que o empreendedor potencial conhece ao longo de sua vida, desde a família, passando pela escola e pelas experiências profissionais, exercem um papel determinante na sua formação.

Assim, concorda-se com Becker & Lacombe (2003) quando dizem que a idéia de que a competência acontece na ação e que, portanto, sintetiza não apenas os conhecimentos de uma pessoa, mas também o seu auto-conceito, a sua história de vida pessoal e profissional e a situação específica sendo vivenciada, aparece de maneira clara na definição da atividade do empreendedor.

2.2 ESCOLAS DO EMPREENDEDORISMO

Oliveira e Sanabio (2005) constataam a existência de uma diversidade de definições do fenômeno do empreendedorismo em função das diferentes perspectivas e conjunto de crenças subjacentes. De uma forma muito particular, a abordagem que privilegia os aspectos do comportamento do indivíduo empreendedor e aquela que contextualizam o empreendedor em ambientes organizacionais que possam fomentar tal fenômeno.

Na primeira abordagem, Paiva e Barbosa (2002) explicam que diante da realidade por que passa o mercado de trabalho com o fenômeno denominado "fim do emprego", resultado do processo de globalização, *downsizing* e reengenharia, observadas fortemente nos anos 90, novas formas de tecnologia gerencial são buscadas como alternativas de empregabilidade. O empreendedorismo surge neste cenário como mais um caminho a ser ofertado para solução deste problema.

Dessa forma, com o intuito de se manter competitivo no mercado de trabalho, ou até mesmo abrir o próprio negócio, o que está se tornando uma nova condição de vida para os

desempregados, o micro ou pequeno empresário necessita de uma nova característica em sua personalidade: a empreendedora.

A característica empreendedora é vital para o profissional desejoso de continuar no mercado de trabalho, já que o mesmo exige pessoas mais criativas, que saibam assumir riscos, que possuam iniciativas próprias para a resolução dos conflitos e que sejam mais persistentes quanto aos seus objetivos. Ademais, habilidades gerenciais também são necessárias.

A necessidade de novas idéias, o conhecimento do cliente e, principalmente, um aprimorado planejamento e controle dos aspectos organizacionais fazem com que seja criado um diferencial competitivo em relação aos demais concorrentes. Por outro lado, o fator humano não pode ser deixado de lado. As relações humanas de trabalho, a motivação, a criatividade, o sentido de desafio, a sensação de contribuição para o desenvolvimento profissional e social pesam muito nos resultados finais da empresa.

Tais características necessitam estar presente na vida dos empregados, dos empresários e dos indivíduos que deseja entrar em um novo ramo de negócio. Diante de tais fatos, surge a necessidade de estudar o empreendedorismo, com o intuito de identificar as características do comportamento empreendedor que podem levar do sucesso ou fracasso do empreendimento.

Na segunda abordagem, Albagli e Maciel (2002) em construção teórica sobre o capital social e empreendedorismo local explicam que o fenômeno da capacidade empreendedora é extremamente vinculado aos processos de qualificação dos indivíduos, em referência clara sobre aspectos do capital humano. Porém, a concentração de esforços no aprimoramento de pessoas e empresas de forma isolada não garante, por si só, o crescimento e desenvolvimento. Reconhecesse que em ambientes com interação e cooperação entre organizações com a participação ou não de organismos de fomento são mais propícios às atividades empreendedoras.

A vinculação entre empreendedorismo e capital social é também abordada por Franco (2001) ao afirmar que o desenvolvimento social e econômico necessita da estruturação do capital social^{viii}, mas dá importância relevante do capital humano, comentando sobre o fenômeno do empreendedorismo. Para o autor em questão, a capacidade das pessoas em criar e fazer coisas novas ao realizar seus desejos, seus sonhos e sua visão são fatores mobilizadores para aquisição de conhecimento. Contudo para estes acontecimentos faz-se necessário o estabelecimento de ambientes favoráveis ao processo de inovação que irão ao seu turno promover o desenvolvimento social e humano sustentável. De modo resumido, o capital social e capital humano criam ambientes favoráveis ao desenvolvimento sustentável, a partir dos fatores cooperação, rede e democracia (capital social) e empreendedorismo (capital humano).

A presente seção objetiva sistematizar os estudos do empreendedorismo em seis escolas do pensamento, conforme proposto por Cunningham e Lischeron (1991), cada qual com abordagens distintas, mas não se contrapondo. Para os autores mencionados as escolas são categorizadas por classes segundo as características de personalidade (Escola da “Grande Figura” e Escola das Características Psicológicas), oportunidades (Escola Clássica), ação e administração (Escola da Administração e Escola da Liderança) e necessidade de adaptação de empresas já consolidadas (Escola do Intraempreendedorismo) .

O quadro 01 sintetiza os comportamentos e habilidades dos empreendedores enfatizados pelas diferentes escolas de pensamento.

Quadro 1: Resumo das Escolas do Pensamento do Empreendedorismo

Escola	Interpretação central	Pressuposto	Habilidades e comportamentos do empreendedor	Estágio do empreendimento o sua aplicação
“Grande Figura”	O empreendedor possui intuição, traços e instintos inatos.	A intuição inata é a chave do sucesso.	Intuição, vigor, energia, perseverança e auto-estima.	Inicial
Características Psicológicas	O empreendedor possui valores, atitudes e necessidades que o impulsiona.	As pessoas agem orientadas pelos seus valores e comportamentos para satisfazer suas necessidades.	Valores pessoais, propensão e aceitação do risco. Necessidades de realizações.	Inicial
Clássica	A característica básica do Empreendedor é a inovação.	As pessoas ao contrapõem ao possuir.	Inovação, criatividade e descoberta.	Inicial e crescimento
Administrativa	O 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	O Empreendedor é um líder. Adapta seu estilo de liderança às necessidades 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, comercialização e expansão de negócios.	A adaptação é fundamental para sobrevivência das organizações complexas. O Empreendedorismo resulta na criação de organizações e na transformação de empreendedores em administradores.	Capacidade de decisão e alerta às oportunidades.	Maturidade e mudança.

Fonte: Adaptação de CUNNINGHAM e LISCHERON (1991)

As Escolas do Empreendedorismo estabelecem pressupostos e premissas para explicar o fenômeno. Afirmar ou eleger uma linha de pensamento como mais importante será

estabelecer um discussão inocua, e de nada contribuirá para o fortalecimento de um tema complexo e amplo. O fundamental é identificar a contribuição da cada Escola em situações específicas de análise e interpretação. Enfim, para “inocular e desenvolver o vírus do empreendedor, através da criação de uma cultura favorável à contaminação e desenvolvimento da síndrome do empreendedor” (DOLABELA, 1999)

3. METODOLOGIA

Os autores de metodologia científica na área das ciências sociais, tais como Demo (1985), definem a metodologia como uma preocupação instrumental que cuida dos procedimentos, ferramentas e caminhos, isto é, as formas de se fazer ciência. Para Jones(1993)^{ix}, citado por Alencar (2003), metodologia “diz respeito ao processo de produção de conhecimento”.

A metodologia utilizada no trabalho classifica-se como descritiva, que como coloca, almeja a descrição das características do objeto de estudo sem, no entanto, interferir neste. A pesquisa classifica-se como qualitativa, pois considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números.

O procedimento utilizado nesta pesquisa foi o estudo de caso. Segundo Stake, 1994^x, citado por Alencar (2003), o estudo de caso não é em si uma escolha metodológica, mas a escolha de um objeto a ser estudado. O caso pode ser simples ou complexo, pode ser um único indivíduo desenvolvendo uma ação ou vários indivíduos desenvolvendo várias ações. A vantagem do estudo de caso é que ele permite examinar em profundidade o desenvolvimento de ações em seus próprios cenários.

Godoy (1995) considera que o estudo de caso tem como objetivo uma unidade de que se analisa profundamente e que visa ao exame detalhado de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular. Sendo seu propósito fundamental, como tipo de pesquisa, analisar intensivamente uma unidade social. Trata-se de uma importante estratégia de pesquisa quando se procura responder às questões “como” e “porque” certos fenômenos ocorrem.

Contribuindo com essa perspectiva, Gil (1994) caracteriza o estudo de caso como um estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, permitindo, dessa forma, o seu amplo e detalhado conhecimento. Para Murray (1974)^{xi} citado por Alencar (2003) os estudos de caso têm um papel importante nas ciências sociais como iniciadores de teorias.

Para a realização do estudo de caso foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, no segundo semestre de 2005, com o Sr. Alarico, proprietário da Cachaça Tira-Mágoa. As questões formuladas estão vinculadas aos procedimentos de gestão, aprendizagem e atitudes empreendedoras e descrição de fases da vida do entrevistado.

Para analisar os dados coletado será utilizada a análise de conteúdo. Bardin (1979) apud Cappelle et al. (2003) caracteriza a análise de conteúdo como sendo empírica e, por esse motivo, não pode ser desenvolvida com base em um modelo exato. Contudo, para sua operacionalização, deve haver uma seqüência de procedimento de pré-análise, exploração e tratamentos. A pré-análise é a fase de organização e sistematização das idéias, em que ocorre a escolha dos documentos a serem analisados, a retomada dos objetivos iniciais da pesquisa em relação ao material coletado, e a elaboração de indicadores que orientarão a interpretação final.

Dente as técnicas de análise de conteúdo será adotada a técnica de Análise de avaliação ou representacional, proposta por Cappelle et al.(2003). Essa técnica de análise de conteúdo fundamenta-se no fato de que a linguagem representa e reflete diretamente aquele que a utiliza. Neste caso, os indicadores utilizados para se fazer inferências acerca da fonte de emissão estão explicitamente contidos na comunicação.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 HISTÓRIA DE VIDA DO EMPREENDEDOR ALARICO

“A fábrica é um sonho de criança, desde meus 8 anos. Nessa idade eu era candeeiro de boi de meu saudoso pai. Como não tínhamos engenho, levávamos nossa cana ao engenho de um vizinho que fazia a moagem à meia (costume da época). Se nossa cana desse 200 rapaduras, levávamos 100 para a nossa despesa. Ali comecei a gostar de ver o engenho moer, movido por uma junta de bois, que rodavam em torno das moendas, fazendo a *geringonça* trabalhar”.

Os empreendedores normalmente são pessoas pioneiras, determinadas, detentoras de habilidades que as distinguem da maioria e que as levam a realizar sonhos e planos *de* ou *em* uma empresa.

“Eu sempre pensava que um dia haveria de ter um engenho. Aos 11 anos de idade transferimo-nos para Jequeri, onde fiz o curso primário. Aos 14 anos fui cursar o ginásio em Ponte Nova”.

A experiência profissional prévia no ramo do empreendimento pode também minimizar o risco do negócio pela solidez do conhecimento obtido via anos de trabalho.

“Em 1946, depois de trabalhar 1 ano na Prefeitura de Jequeri, voltei ao convívio dos engenhos. Vim para a Fazenda do Bálsamo, onde estou até hoje e onde vive o meu sonho concretizado”.

“Começamos em 1946 a fazer rapadura e açúcar mascavo, o chamado açúcar bruto. Em 1967, fizemos açúcar e um pouquinho de cachaça. Optei pela cachaça e estamos nisso até hoje. Como todo princípio é difícil, não é necessário descrever o que principiar com um motor a diesel, lampiões de querosene, lamparina etc., até a chegada da força elétrica, em 1960.

Os empreendedores tendem a enfrentar dificuldades ao longo de toda a extensão e magnitude de empresas desde o estágio embrionário até estâncias posteriores de crescimento

“Tudo tem sido muito difícil, mas tenho para mim que consegui o que queria, e, como não tememos trabalho e dificuldades financeiras, continuamos nesta luta. Meus filhos foram crescendo e me ajudando a enfrentar as dificuldades que eu e minha grande companheira Selvita tomamos a nosso cargo e temos cumprido este bem”.

4.2. EMPREENDEDORISMO NO PROCESSO PRODUTIVO DA CACHAÇA

A seguir são analisadas as ações empreendedoras do Sr. Alarico na produção de cachaça.

As cores adotadas nos rótulos foram criadas pelo Sr. Alarico com “a intenção de usar uma combinação de cores tais que dessem um toque alegre aos rótulos. Isto segundo o nosso

gosto”. As cores atuais, branco, vermelho, amarelo e azul, são as mesmas adotadas inicialmente. O desenho dos rótulos também foi fruto do gosto e imaginação do Sr. Alarico.

Na fábrica é produzido um único tipo de cachaça, porém tem-se a cachaça Tira Mágoa e a cachaça Jequeri. Esta última “é a mesma Tira Mágoa, sempre envelhecida mais um ano. Com isto temos sempre um produto um pouco mais caro”. Nunca foi cogitado comercializar outro tipo de cachaça, pois “são várias implicações: despesas com rótulos, tampas, registros etc”.

O empreendedor busca sempre elaborar um novo padrão de produção através de uma invenção, utilizando uma tecnológica já testada para produzir um novo bem ou para produzir um bem antigo de uma nova maneira. A fábrica da Cachaça Tira Mágoa, como poucas do setor, possui

“um aparelho que retém, por atração, o cobre existente na cachaça. O teor de cobre provém da passagem da cachaça pela serpentina de resfriamento e em outras partes do alambique. A implantação do aparelho deu fim ao problema de excesso de cobre no produto acabado”.

“Até 1978, os litros e outros vasilhames eram higienizados em tanques com água corrente para o enxágüe. A partir de então, foram exigidos pelo Ministério da Agricultura, máquinas próprias para a higienização. O nosso engenho atual é o terceiro. As trocas foram feitas na procura maior rendimento. Nosso primeiro engenho, em 1967, foi de 10” x 10”, o segundo, em 1974 media 12”X14” e o terceiro, instalado em 1992, mede 14”x20”. Após alguns anos de uso do engenho atual, o Sr. Alarico, identificaram alterações que deveriam ser feitas no engenho e as fizeram. Deve-se destacar que algumas destas o próprio fabricante de engenho passou a adotar em seus produtos.

Apesar do espírito empreendedor, o Sr. Alarico sempre teve “respeito pelo meio ambiente, evitando poluição das águas nascentes. Temos implantado o projeto de acordo com a FEAM. O vinhoto e os resíduos são utilizados como fertilizantes. Parte do vinhoto puro é aproveitado para a alimentação de bovinos. A água de resfriamento, após resfriada, é devolvida ao córrego. Enfim, estes processos implantados são simples econômicos e eficientes.”

Os locais utilizados no final do processo de produção na cachaça, anteriormente eram “de alvenaria de tijolos com revestimento de azulejos”. Estes foram substituídos por aço inox, que é um “material de fácil limpeza, higiênico e durável”.

As dornas de madeira foram substituídas por outras de aço carbono, pois as dornas são de difícil higienização no caso de ocorrer alguma infecção no fermento. “As dornas atuais são em aço carbono, com fundos cônicos para facilitar a limpeza”.

“Nossos alambiques são de cobre e achamos que um produto que tem agradado aos clientes. Por isto continuamos com eles”.

“Caldeira é um aparelho que produz vapor. É vantajoso, pois consome o combustível do jeito que sai do engenho. Nós usamos alambiques de fogo direto. Estamos satisfeitos com eles. Testamos outro tipo de fornalha para queimar bagaço sem secagem, mas não gostei”. Não gostei, muita fumaça pouco aquecimento. Eu teria que desmanchar minhas instalações e construir outras”.

“A queima de cana é um serviço preocupante. É um fogo de grande poder de propagação para outras áreas, o que nos causa temor. É contrário às normas de conservação do meio ambiente. Traz-nos muita sujeira (cinza-preta). É prejudicial à duração da vida útil do

fermento”. A vantagem da queima de cana é “que o corte é mais barato e se diminui os riscos de picadas de cobra, escorpiões etc”.

A empresa do Sr. Alarico adquiriu um carregadeira de cana “para a manutenção do pátio do engenho (saída do bagaço) e para abastecer os alambiques com combustível seco”. Assim, “facilita a mão-de-obra para produção de um produto com menores custos”.

O Sr. Alarico teve a idéia de implantar uma esteira para levar a cana até o engenho, mas segundo ele esta “é uma prática muito usada, porém em engenhos de 3 rolos de moenda, não funciona. Haveria necessidade de termos moendas com entradas maiores, mais abertas”.

A ponte para descarregar cana “era um sonho. Quando eu levava cana para usinas, na minha juventude, achava aquilo muito bonito e eficiente”.

Foi implantado também na fábrica da Tira Mágoa, uma peneira de garapa, pois segundo o Sr. Alarico,

“a garapa deve ser filtrada de uma maneira ou de outra. A peneira é uma alternativa que deu certo. Eu sempre usei peneiras vibratórias em outros lugares (debulhador e demais moinhos)”.

O empreendedor está sempre em busca de um processo de aprendizagem. A fábrica da Tira Mágoa utiliza também outro instrumento, também não comum nas agroindústrias do setor. O detector de cisco em garrafas envazadas foi implantado pelo Sr. Alarico, pois “em visita à um órgão público, deparei-me com um igual. Adquiri logo o meu. É eficiente”.

O bagaço da cana era transportado até o terreiro de secagem inicialmente em “feixes amarrados e carregados por homens, depois passamos a usar “zorras” de tração animal. Zorras são ganhos de madeira que deslizam pelo solo, sem o uso de rodas”. As mudanças foram feitas em função da “evolução e aumento da atividade”.

Vários são as modalidades de cana utilizada. De acordo com o Sr. Alarico, “as variedades vão mudando ao longo dos anos, para se conseguir melhores rendimentos. São inúmeras as variedades gostamos muito da 45-3, uma variedade que tem resistido bem e é boa para fermentação”. Alguns tipos de cana deixam de ser utilizados em função do “definhamento das soqueias. Outras variedades surgiram com vantagens como: melhor teor de sacarose, durabilidade maior das soqueias etc.”.

“A higiene é condição necessária ao bom funcionamento da indústria de aguardente. Sem higiene não se consegue uma boa fermentação e também não haverá um produto de boa qualidade”.

“O visual faz parte do nosso serviço (produção, acondicionamento do produto). Instalações limpas refletem o nosso gosto pelo trabalho que fazemos. Passou-se a utilizar caixas de papelão no transporte da cachaça, pois de acordo com o Sr. Alarico “são mais práticas e protegem o produto no que diz respeito aos rótulos, tampas etc”.

As garrafas atuais (transparentes) passaram a serem utilizadas “a partir de 1971. Foi uma mudança gradativa, mais ou menos atendendo às exigências dos clientes”. Atualmente são comercializadas garrafas de 50ml, 300ml, 500ml, e 970ml, “atendendo às exigências do mercado e sendo todas em formato semelhantes às de 970ml. O mais comercializado é o modelo com capacidade de 970ml”.

Na fábrica da Tira-Mágoa o cliente dispõe de serviços para sua maior comodidade como (estrada em bom estado de conservação e arborizada, bebedouro, banheiros, ausência de cachorros, estacionamento coberto e pavimentado) que segundo o Sr. Alarico.

“fazemos tudo com a maior satisfação”. Periodicamente são confeccionados brindes para os clientes, pois de acordo com Sr. Alarico “os clientes exigem e nós temos prazer com isto”.

A cachaça Tira-Mágoa trabalha com um representante em Belo Horizonte.

“O representante viu o anúncio de Tira-Mágoa na nossa revista da Ampaq. Como ele só comercializa cachaça, quis ter a nossa também. Tem sido um bom cliente. Assim, abre campo para novos negócios”.

Para o Sr. Alarico a participação em eventos é importante, pois “através da AMPAQ nosso produto tem sido apresentado em vários eventos”. Já em relação à exportação o empreendedor Alarico acredita ser “bem difícil para o pequeno produtor. Não são exportadas pequenas quantidades. Cooperativas estão sendo criadas para isto. Um dia chegaremos lá”.

A associação à organizações que representam o interesse da categoria, neste caso a Ampaq (Associação Mineira dos Produtores de Aguardente de Qualidade) também é importante para o Sr. Alarico. De tanto ouvir falar, interessei-me pelo assunto e procurei me inteirar mais. Além da troca experiências o Sr. Alarico que a afiliação foi positiva, pois possibilitou a

“divulgação do produto, torna-lo conhecido em outras partes de Minas e do Brasil. A Tira Mágoa e a Jequeri se tornaram conhecidas e solicitadas em diversas partes do Brasil”. O Sr. Alarico sugere que a Ampaq busque “exigir do governo federal o retorno do setor ao regime tributário *simples*. Isto foi para nós o maior transtorno na área tributária. Somos micro empresa sem direito ao Regime Simples”.

Buscando manter sempre o produto de acordo com as exigências do mercado, o Sr. Alarico implantou o sistema de códigos de barra nos rótulos da cachaça, pois “sem o código de barra o produto não tem aceitação em supermercados.” Da mesma forma, tomou o cuidado de patentear as marcas Tira-Mágoa e Jequeri. “Registrar a marca de um produto é uma necessidade. É uma garantia”.

Dessa forma, fica evidente mais um conhecimento essencial para o êxito de uma ação empreendedora,

“Do trabalhador mais humilde ao funcionário mais qualificado, depende o sucesso de uma empresa. Todos têm direito ao conforto e merecem o nosso respeito e reconhecimento. À tarde devem ter o conforto de um banho digno e uma hora de lazer em frente à TV”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a elaboração desse trabalho fica evidente que o primeiro atributo de um empreendedor é ter um sonho bem definido em sua mente. A partir deste, os empreendedores, diferentemente dos que não o são, passam a estruturar sua vida de acordo com esse objetivo. Obviamente a racionalidade de todo ser humano ainda é limitada, por isso surgem obstáculos que em muitos casos fazem o empreendedor e a empresa sucumbirem.

Contudo, o caso de sucesso estudado, demonstrou que um empreendedor deve também ser persistente. Deve buscar todos os meios para superar as dificuldades. Mas surge então outra peculiaridade do empreendedor, pois um empresário não empreendedor diante de um risco ou dificuldade pode muitas vezes não ter a visão holística que o empreendedor possui.

Nestas situações o empreendedor tem a perspicácia de optar pelo caminho que acredita que no futuro lhe trará melhores resultados.

A sede por novos conhecimentos, novas tecnologias, inovação e satisfação contínua dos clientes internos e externos também são características apresentadas pelo empreendedor Alarico, os quais certamente contribuíram para que a Cachaça Tira-Mágoa se consolida-se ao longo destes quarenta anos, entre as cachaças de qualidade do Brasil.

Dessa forma acredita-se que este estudo contribui para pesquisadores do comportamento empreendedor e pesquisadores do processo produtivo da cachaça. Acredita-se também que o comportamento do empreendedor do Sr. Alarico, relatado neste artigo, é útil para o considerável número de micro e pequenos empresários existentes no Brasil, que já estão atuando ou pretendem entrar no mercado, especialmente na produção de cachaça.

6. REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. e MACIEL, M. L. Capital social e empreendedorismo local. Proposição de Políticas para a promoção de Sistemas Produtivos Locais de Micro e Pequenas Empresas. Redes de Sistemas Produtivos Inovativos Locais. UFRJ, 2002.

ALENCAR, E. **Pesquisa Social e Monografia**. Lavras: UFLA/FAEPE, 2003.

BECKER, G.V.; LACOMBE, B.M.B. Colocando luz em quem tem “idéias luminosas”: Competências do Empreendedor de Base Tecnológica. XXVII Enanpad: Atibaia, 2003, **Anais**, 2003, cd-rom.

BYGRAVE, William D. The entrepreneurial process. In: BYGRAVE, William D. (Ed.) **The Portable MBA in entrepreneurship**. New York: John Wiley & Sons, Inc., p.1-26, 1997.

BUSENITZ L.; MING LAU C. A cross-cultural cognitive model of new venture creation. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol. 20, 1996.

CUNNINGHAM, J. & LISCHERON, J., Defining Entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, v. 29, n.1, p.45-61, jan/1991.

DOLABELA, F.. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DEMO, P. **Metodologia científica em ciência social**. São Paulo Atlas, 1985.

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 -RAE**, São Paulo, v. 31, n. 3, 1991.

FRANCO, A. O desenvolvimento local e o mito do papel determinante da economia. Seminário:“**Os Distritos Industriais e o Modelo de Desenvolvimento da Terceira Itália em Questão:perspectivas para os Programas Xingó e Zona da Mata do Nordeste**”.Alagoas, 2001.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GIMENEZ, F.A.P; INÁCIO JR. E. Investigando o Potencial Empreendedor e de Liderança Criativa. XXVI Enanpad: Salvador, 2002, **Anais**, 2002, cd-rom.

GODOY, A.S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: 35(3): 20-29, maio/jun. 1995.

MCCLELLAND, D. C. Achievement Motivation Can Be Developed. **Harvard Business Review** 43, 1965.

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, p. 111-121.

PAIVA JR., F.G.; CORDEIRO, A.T. Empreendedorismo e o Espírito Empreendedor: Uma Análise da Evolução dos Estudos na Produção Acadêmica Brasileira . XXVI Enanpad: Salvador, 2002, **Anais**, 2002, cd-rom.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. 2. ed., São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Col.Os Economistas).

SIQUEIRA, M.M; GUIMARÃES, L.O. Estratégias Empreendedoras de Negócios Tupiniquins. XXVI Enanpad: Salvador, 2002, **Anais**, 2002, cd-rom.

TEIXEIRA, H.A. A Trajetória dos Pequenos Negócios do Ramo de Turismo na Região de Belo Horizonte e Poços de Caldas (MG) - um estudo sobre o mito ou a realidade do processo de empreendedorismo. XXV Enanpad: Campinas, 2001, **Anais**, 2001, cd-rom.

WEBER. M. **Ensaio de Sociologia**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1982.

WEBER, M. **Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva**. Fondo de Cultura Económica, México, 1996.

WHITING, B. G. Creativity and Entrepreneurship: How do they relate? **The Journal of Creative Behavior**, v. 22, n. 3, third quarter, p. 178-83, 1988.

ⁱ Richard Cantillon (1680-1734), banqueiro e economista do século XVIII, irlandês, morou na Inglaterra e posteriormente na França.

ⁱⁱ Jean-Baptiste Say (1767 - 1832), economista francês que formulou uma lei econômica, denominada lei de Say, que se manteve como princípio fundamental da economia ortodoxa até a grande depressão (1930). Filho de comerciante, trabalhou em Inglaterra, onde estudou a obra do fundador da escola clássica, Adam Smith

ⁱⁱⁱ FILION, L. J. (1999) Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v.39, no.4, São Paulo, Out./Dez, p. 6-20.

^{iv} DOLABELA, F.. **Oficina do empreendedor** – a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editora Associados, 1999.

^v DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987

-
- ^{vi} MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto alegre: Bookman, 2000.
- ^{vii} FILION, L. J. (1999) Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v.39, no.4, São Paulo, Out./Dez, p. 6-20.
- ^{viii} Augusto de Franco define capital social como aquele capaz de produzir cooperação na sociedade, formação de redes, negociação de conflitos e construção de comunidades
- ^{ix} JONES, P. **Studying society**: sociological theories e research practices. Londres: Collins, 1993.
- ^x STAKE, R.E. Case studies. In: DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. **Handbook of qualitative research**. Londres: Sage, 1994. p.236-242.
- ^{xi} MURRAY, D.J. Case study as form of enquiry. In: THE OPEN UNIVERSITY. **Social Sciences**. Londres: The Open University, 1974, p.165-172