

ENTRE MITOS E IMAGINÁRIOS: O CULTO AO EMPREENDEDORISMO E TRABALHO NA MAÇONARIA

BETWEEN MYTHS AND IMAGINARIES: THE CULT OF ENTREPRENEURSHIP AND WORK IN FREEMASONRY

Adilson Anacleto¹

Isadora de Paula Bandeira Zavadniak²

RESUMO

A maçonaria teve seu primeiro registro formalizado no ano de 1717, embora existam registros de atividades anteriores a essa data, ela é caracterizada por ser uma sociedade discreta, e sempre teve associado a seus membros o mito da riqueza, quando iniciado na ordem. Assim, diante das dúvidas acerca sobre a ordem e diante do saber que é uma instituição filosófica e educativa, esta pesquisa exploratória descritiva quali-quantitativa investiga se os princípios da ordem influenciam no comportamento dos seus membros que também são empreendedores, e objetiva analisar se o perfil empreendedor e de inovação dos empreendedores pertencentes a alguma ordem maçônica diferem de outras classes de empreendedor. Neste contexto o estudo por meio de entrevistas semiestruturadas é direcionado a 19 empreendedores pertencentes a ordem maçônica e 19 empreendedores não pertencentes. O estudo revelou que a classificação de empresas em relação à classificação por tamanho era similar entre os dois grupos analisados, no entanto, os empreendedores maçons realizaram maior quantidade de cursos quando comparados com os demais empreendedores. O índice IED revelou diferenças estatísticas significativas nos índices de empreendedorismo ($p < 0,05$) entre os dois grupos analisados, sendo que o grupo dos empreendedores maçons apresentaram tendência moderada com índices mais elevados para o empreendedorismo. A ordem cumpre uma forma de transmissão de conhecimento resultante no aprendizado de seus membros em questões como aprimoramento moral, intelectual, a prática de tolerância, empatia, filantropia, comprometimento, lealdade e segundo as prerrogativas da maçonaria deve ser replicado na vida diária longe das lojas simbólicas e essa situação também pode ser um fator de influência da diferença dos índices de empreendedorismo, assim finalmente pode ser afirmado que a força do culto ao trabalho e a forma da qual a ordem se organiza na transmissão do conhecimento a maçonaria certamente sobrevivera aos mitos e imaginários que permeiam a população.

Palavras-chave: Loja Maçônica. Loja Simbólica. Planejamento. Gestão de Empresas. Pequenas Empresas.

1 Pós Doutor (Produção Vegetal) pela Universidade Federal do Paraná (2012). Doutor em Ciências (Produção Vegetal) pela Universidade Federal do Paraná (2011). Mestre em Ciências (Produção Vegetal) pela Universidade Federal do Paraná (2005). Bacharel em Administração pela Faculdade Estadual de Filosofia, Ciências e Letras de Paranaguá. Coordena o LabCost: Laboratório de Gestão e Estudos Costeiros.

2 Advogada e mestre em Sociedade e Desenvolvimento Universidade Estadual do Paraná.

ABSTRACT

Freemasonry had its first formal registration in 1717, although there are records of activities prior to that date, it is characterized by being a discreet society, and has always had associated with its members the myth of wealth, when initiated into the order. Thus, faced with doubts about the order and given the knowledge that it is a philosophical and educational institution, this qualitative-quantitative descriptive exploratory research investigates whether the principles of the order influence the behavior of its members who are also businesspeople, and aims to analyze whether the entrepreneurial and innovation profile of businesspeople belonging to a Masonic order differ from other classes of business people. In this context, the study through semi-structured interviews is aimed at 19 entrepreneurs belonging to the Masonic order and 19 entrepreneurs who do not belong. The study revealed that the classification of companies in relation to size classification was similar between the two groups analyzed, however, Freemason entrepreneurs took a greater number of courses when compared to other entrepreneurs. The IED index revealed significant statistical differences in entrepreneurship indices ($p < 0.05$) between the two groups analyzed, with the group of Freemason entrepreneurs showing a moderate trend with higher indices for entrepreneurship. The order fulfills a form of transmission of knowledge that results in the learning of its members on issues such as moral and intellectual improvement, the practice of tolerance, empathy, philanthropy, commitment, loyalty and according to the prerogatives of Freemasonry must be replicated in daily life away from symbolic lodges and this situation can also be a factor influencing the difference in entrepreneurship rates, thus, it can finally be stated that the strength of the cult of work and the way in which the order is organized in the transmission of knowledge, Freemasonry will certainly survive the myths and imaginaries that permeate the population.

Keywords: Symbolic Store. Planning. Business management. Small business.

INTRODUÇÃO

A maçonaria teve seu primeiro registro formalizado no ano de 1717, na Inglaterra, com a formação da Grande Loja de Londres, a ordem surgiu como uma espécie de escola de formação humana, que previa o caráter secreto, reunindo homens de diferentes religiões e línguas, com o intuito de alcançar o melhoramento filosófico, filantrópico e educativo (BENIMELI, 1984).

Desde o início da fundação, a ordem liderava movimentos liberais, constitucionais, independentistas e republicanos (BARATA, 2006; AZEVEDO, 2010), estando a maçonaria ligada a importantes momentos como a independência do Brasil, onde teve Dom Pedro I, um maçom, como o proclamador da independência, além da maçonaria, ter sido atuante em outros processos do desenvolvimento do Brasil como a atuação fundamental na Abolição da

Escravidão, Proclamação da República e na Redemocratização do Brasil (GOB, 2022; GLP, 2022; GOP, 2022).

Por ser uma organização pluralista, Knight e Lomas (2016) consideram a maçonaria como uma organização de sociedade empreendedora, dado auxiliar na condução do progresso social, econômico, humanitário e científico, sendo uma característica inerente a essa ordem a presença de pessoas dos mais variados credos, religiões, filosofias ou doutrinas que seguem o lema descrito como a tríade: “Ciência, Justiça e Trabalho”, sendo, ciência para esclarecer os espíritos e elevá-los, justiça para equilibrar as relações humanas e trabalho por ser o meio tornar o homem independente (GOB, 2022), embora o empreendedorismo não esteja descrito entre os pressupostos a ser seguidos pelos membros da ordem, os conceitos de busca pela melhoria individual e interior como pessoas pode influenciar o aspecto profissional.

O desenvolvimento de um país não está alicerçado apenas em projetos da classe política, também está ancorada no empreendedorismo da população, e nesse contexto a maçonaria tem um papel fundamental, dado que nas várias potências maçônicas do Brasil existem empreendedores maçons em todos os setores, e são historicamente comprometidos com a instituição e com o país. O empreendedorismo é caracterizado pela ação das pessoas em abrir seu próprio empreendimento e colocar em prática diferentes ideias e saberes, inovando com criatividade, transformando uma ideia em um negócio (DORNELAS, 2008). Porém, o conceito de empreendedorismo foi ampliado, passando ser um processo de criação de algo novo, onde há dedicação de tempo e esforço, e se arriscando a riscos financeiros, psíquicos e sociais na proposição de um novo negócio. Ainda de acordo com Dornelas (2008), empreendedorismo vai além do apenas mundo empresarial, significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, incessantemente, novas oportunidades, tendo como foco a inovação e a criação de valor para si e para os outros.

Segundo Mocelin e Azambuja (2017) a cada 100 brasileiros com idade entre 18 e 64 anos, ao menos 34 estão ligados ao empreendedorismo, colocando o Brasil em destaque como um dos países com o maior índice de empreendedores do mundo. O empreendedorismo e a criação e a manutenção de novos negócios são importantes atualmente porque geram crescimento no ambiente econômico e impactam a questão social, no entanto, essa prática no Brasil é resultante do forte desemprego e crise econômica (PINHO; THOMPSON, 2016; MACHADO, 2016).

O empreendedorismo é o responsável pela realização de novas combinações, e está diretamente associado à inovação (SCHUMPETER, 1982). Essa inovação, no que lhe concerne, pode ocorrer com a introdução de novos bens ou novas qualidades a produtos e serviços, com a criação de novos métodos de comercialização e produção, ou mesmo com a abertura de novos mercados, com a conquista de novas fontes de matéria-prima ou com o estabelecimento de nova organização industrial. Em outras palavras, a inovação, fruto do empreendedorismo, traz para a sociedade novas coisas ou novas maneiras de se fazer.

A atividade empreendedora é uma área multifacetada, por ser iniciada com o estudo e análise de mercado, em seguida é realizado a criação de produtos, prestações de serviços estudados como necessários, e por fim, o gerenciamento desse empreendimento, assim, pode se afirmar que o empreendedorismo é um fenômeno de comportamento que uma única área do conhecimento não consegue explicar (FERREIRA; PINHEIRO, 2018). Desta forma é necessário considerar novos estudos que considerem as perspectivas psicológicas, econômica, organizacional e sociológica, bem como as formas adotadas para lidar com as adversidades (PINHO; THOMPSON, 2016).

Com o resultado da pesquisa, pretende-se demonstrar se há distinções entre as formas de empreender dos membros pertencentes a maçonaria quando comparados pelo Índice de Empreendedorismo de Dornelas — IED com empreendedores que não pertencem à ordem, e por fim buscar desmistificar a crença da riqueza, associada à ordem.

1.1 Procedimentos Metodológicos

Inicialmente realizou-se pesquisa bibliográfica que de acordo com Gil (2008) é produzida com base em livros e artigos de periódicos, com objetivo de procurar e explicar algum problema específico de cada pesquisa, onde o pesquisador tem ênfase em solucionar.

O estudo foi caracterizado como pesquisa exploratória descritiva de natureza quali quantitativa (GIL, 2008), sendo que foi utilizado questionários semiestruturado, com roteiros pré-elaborado, que de acordo com Silva et al. (2018), esse tipo de entrevista requer estratégias criativas e instigantes entre o sujeito e o objeto de pesquisa, sendo de fundamental importância a participação do pesquisador de maneira reflexiva e crítica, tendo como base prática e saberes científicos pautados na consciência e na produção de conhecimento.

Os seguintes critérios de inclusão foram adotados, o primeiro, é o empreendedor residir e possuir empresa na cidade de Campo Mourão, e o segundo, é que os empreendedores maçons residam e possuam empresa na cidade de Campo Mourão, e sejam membros de lojas maçônicas regulares e reconhecidas no Brasil, e o terceiro é que as empresas sejam classificadas médio empreendedor, pequeno empreendedor, microempreendedor, microempreendedor individual — MEI.

A coleta de dados teve o seguinte procedimento adotado:

Foi realizada uma visita nas lojas maçônicas da cidade de Campo Mourão, onde, foi apresentado o objetivo da pesquisa para os membros da ordem, e solicitado uma lista dos membros maçons da loja que também são empreendedores.

Por acessibilidade e receptividade foram entrevistados 38 empreendedores, sendo metade dos participantes membros ativos da maçonaria e a outra metade, empreendedores não integrantes da ordem.

A classificação dos empreendedores ocorreu de acordo com seu porte, conforme estabelecido pelo SEBRAE, médio empreendedor, pequeno empreendedor, microempreendedor, microempreendedor individual - MEI, sendo necessário pertencer a alguma das quatro classificações para participar do estudo.

Os empreendedores maçons de cinco diferentes lojas maçônicas de Campo Mourão/PR que participaram deste estudo pertenciam às potências Grande Oriente do Brasil - GOB, Grande Loja do Paraná – GLP.

Posteriormente foi solicitado à Secretaria de Desenvolvimento de Campo Mourão, um relatório sobre os empreendedores da cidade. Após isso, de forma aleatória e por sorteio, foi identificado 19 empreendedores cujos estabelecimentos se classifiquem na mesma classificação dos empreendimentos dos empreendedores maçons para assim poder organizar um comparativo, entre os 19 empreendedores maçons e os 19 empreendedores não maçons.

Inicialmente, foi feito um contato prévio com os entrevistados, informando os motivos da pesquisa, e o entrevistado definia o dia e horário que melhor lhe convinha e a equipe de pesquisa se deslocava até o local e assim finalmente era realizada a entrevista, caso ele optasse pela forma online, ele passava o dia e hora para receber uma ligação e realizar a entrevista, em ambos casos foram com o auxílio de questionários semiestruturado, com roteiros pré-elaborado, que envolve os seguintes tópicos: levantamento de dados socioeconômicos, formação escolar, ramo do empreendimento, percepção sobre empreender, dificuldades do empreendedorismo,

motivo da escolha do segmento, características dos empreendedores e se é membro da maçonaria.

A entrevista somente era realizada somente após o consentimento da parte do entrevistado sobre o Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE), respeitando assim a resolução n.º 466, de 12 de dezembro de 2012 do Conselho Nacional de Saúde, que aprova as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo humanos.

Após a coleta de dados, as informações foram organizadas por intermédio do uso de estatísticas descritivas, onde consta o perfil dos empreendedores, e seguido isto, para analisar o perfil do empreendedor maçom e não maçom, foi utilizado Índice de Empreendedorismo de Dornelas (IED), sendo uma ferramenta amplamente utilizada para mensurar o grau de empreendedorismo em uma determinada região ou grupo de pessoas.

O IED considera diversos fatores, como a taxa de empreendedorismo, a taxa de atividade empreendedora, a expectativa de crescimento do negócio, entre outros.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Empreendedor maçom e empreendedor não maçom: um estudo comparativo

As características do empreendedor são fundamentais para o sucesso de um empreendimento. No entanto, é importante ressaltar que essas habilidades podem ser desenvolvidas e aprimoradas ao longo do tempo, por meio de experiências e aprendizados. Portanto, é possível que uma pessoa não nasça empreendedora, mas que se torne uma por meio do desenvolvimento de suas habilidades e competências.

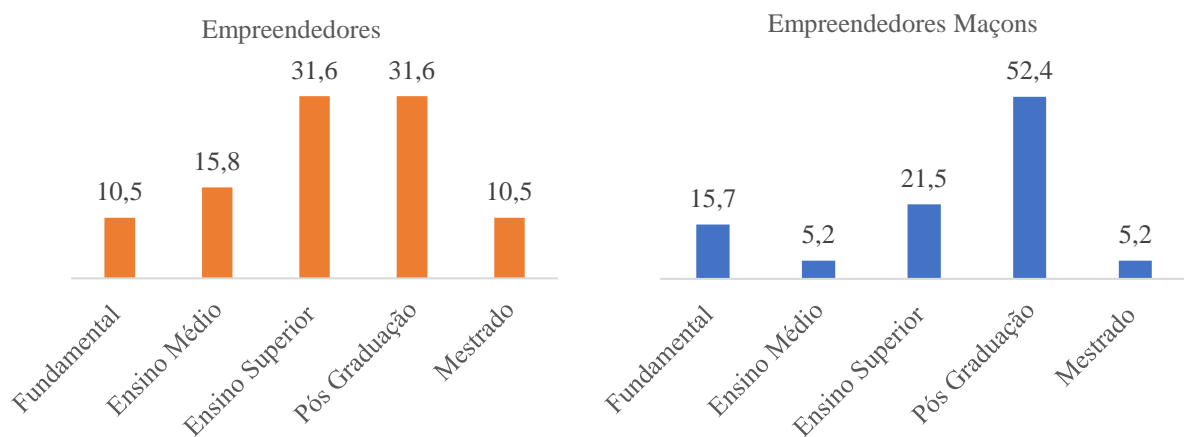
O estudo mostrou que em relação à idade ocorreu diferença significativa, sendo os empreendedores maçons possuem mais idade quando comparado aos empreendedores não maçons, no entanto, quando relacionado ao tempo de atuação em seus empreendimentos as diferenças não foram significativas (Tabela 1).

Tabela 1 - Comparativo entre idade e tempo médio de atuação nos empreendimentos

Classificação	Idade media	Tempo de atuação no empreendimento
Empreendedor	40,2	13,6
Empreendedor maçons	48,1	14,2

O estado civil e a raça/etnia apresentaram poucas variações entre as duas classes avaliadas e não permitiu aferir relação de causa e efeito neste aspecto, porém no que tange a escolaridade, observou-se que entre os empreendedores maçons foi verificado maior percentual de empreendedores pós-graduados quando comparado com a outra classe avaliada (Figura 1).

Figura 1- Comparativo entre escolaridade dos empreendedores em duas classes avaliadas (%).



Além disso, foi possível constatar que tanto os empreendimentos dos empreendedores maçons quanto dos demais empreendedores são a principal fonte de renda da família, não podendo atribuir o sucesso financeiro a outras fontes de renda, porém foi verificado que a média de hora diária trabalhada dos empreendedores maçons é superior ao dos demais empreendedores. (Tabela 2).

Tabela 2 - Comparativo entre horas trabalhadas por dia.

Classificação	Média de horas trabalhadas
Empreendedor	8,3
Empreendedor maçons	9,2

Relativo à quantidade média de funcionários, foi possível verificar que embora não tenha apresentado variação significativa, os empreendedores maçons possuem menos funcionários que os demais empreendedores (Tabela 3).

Tabela 3 - Comparativo entre quantidade de funcionários.

Classificação	Média de quantidade de funcionários
Empreendedor	11
Empreendedor maçons	10

A classificação de empresas em relação ao tamanho era similar entre os dois grupos analisados, no entanto, no que tange a média de cursos preparatório, a gestão de seus empreendimentos, ocorreu diferença entre os dois grupos, demonstrando que os empreendedores maçons realizaram maior quantidade de cursos comparados com os demais empreendedores (Tabela 4).

Tabela 4 - Comparativo entre quantidade de cursos realizados pelos empreendedores.

Classificação	Média de cursos
Empreendedor	4
Empreendedor maçons	5,6

Quanto a capacitação dos funcionários, planejamento, monitoramento e avaliação das atividades administrativas e financeiras, não foi possível verificar relação de causa e efeito neste aspecto, pois, ambos os grupos capacitavam seus funcionários, bem como desenvolviam as atividades administrativas e financeiras similarmente. No entanto, quanto como são determinados os objetivos do negócio, foi possível constatar que os empreendedores maçons planejavam com certa antecedência com relação aos demais empreendedores que elaboravam o planejamento quase que de forma diária ou ainda conforme as necessidades e problemas que surgiam.

Os desafios na gestão dos empreendimentos eram similares entre os dois grupos avaliados, no entanto, entre o grupo dos empreendedores maçons, surgiram questões diferentes do outro grupo e que estavam associadas a gestão financeira e inadimplência, assim como do crescimento de e-commerce que acaba por dificultar a captação de novos clientes (Tabela 5).

Tabela 5 - Matriz de impacto cruzado das dificuldades na gestão de empreendimentos na percepção dos gestores.

Empreendedor	IR	Empreendedor maçons	IR
Falta de mão de obra qualificada	20,3	Falta de mão de obra qualificada	22,3
Carga tributária elevada	16,9	Excesso de concorrência	14,6
Elevado custo de produção e serviços regionais	16,9	Carga tributária elevada	14,6
Poucos fornecedores habilitados	12,8	Poucos fornecedores habilitados	10,6
Concorrência desleal	8,91	Elevado custo de produção e serviços regionais	9,09
Dificuldade de acesso a crédito	8,91	Dificuldade de acesso a crédito	8,05

DIÁLOGOS POSSÍVEIS

ISSN 2447-9047
VOLUME 23, Nº 1– JAN/JUN 2024
Pág: 93-114

Qualidade de matéria prima variável	6,89	Gestão financeira e Inadimplência	6,51
Desequilíbrio do fluxo de caixa e capital de giro	5,01	Desequilíbrio do fluxo de caixa e capital de giro	6,51
Dificuldade de vendas	5,01	Crescimento de e-commerce	3,87
Gestão de equipe	2,47	Captação de novos clientes	3,87

As potencialidades relativas aos empreendimentos apresentaram variação entre os dois grupos avaliados em quesitos específicos, em especial a adoção da administração científica nos processos de gestão que no grupo de empreendedor maçons foram mais evidenciados (Tabela 6).

Tabela 6 - Matriz de impacto cruzado dos fatores positivos dos empreendimentos na percepção dos gestores.

Empreendedor	IR	Empreendedor maçons	IR
Mercado favorável	19,04	Planejamento	18,18
Qualidade de atendimento	19,04	Organização	16,36
Organização	11,90	Qualidade de atendimento	14,54
Marca conhecida	11,90	Credibilidade	14,54
Credibilidade	11,90	Qualidade de produto ou serviço	9,09
Qualidade do produto ou serviço	11,90	Mercado favorável	7,27
Profissionalismo	11,90	Diversificação	7,27
Evolução tecnológica	7,14	Parcerias	5,45
Alta lucratividade	4,76	Tecnologia	5,45
Especialidade	4,76	Profissionalismo	1,80

Os usos de estratégias comerciais apresentaram similaridade entre os dois grupos analisados, no entanto, no grupo de empreendedor maçons surge como principal estratégia comercial a rede de relacionamento que no campo da administração científica também é denominado de *networking* (Tabela 7).

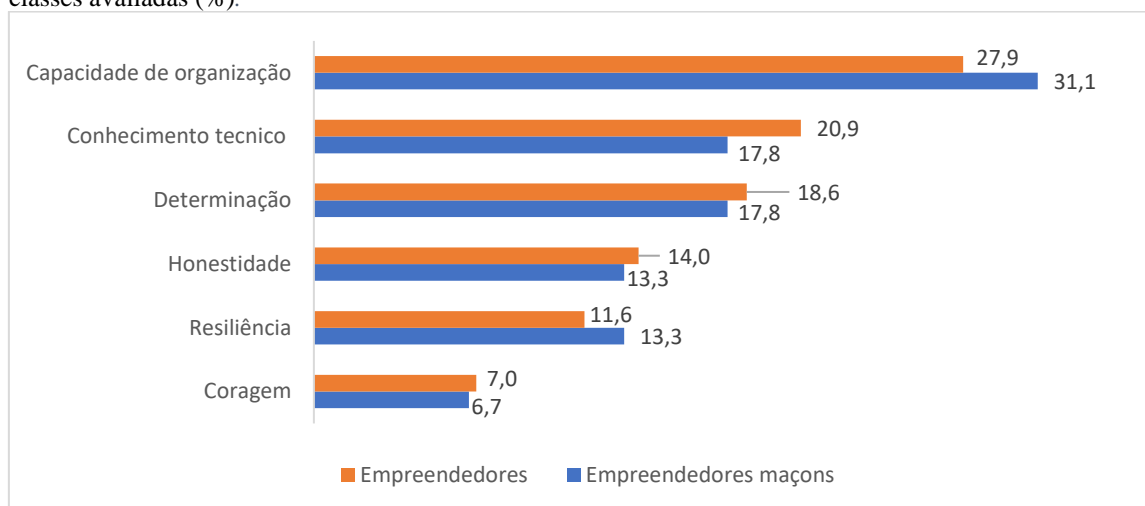
Tabela 7 - Matriz de impacto cruzado relativo as principais estratégias empresariais relatadas pelos gestores.

Empreendedor	IR	Empreendedor maçons	IR
Marketing digital	29,41	Rede de relacionamento	23,52
Fomento ao marketing viral	20,58	Atendimento personalizado	20,58
Anúncios locais	11,76	Marketing digital	20,58
Produção ou serviço com qualidade	11,76	Produção ou serviço com qualidade	11,76

Canais de atendimento ao cliente	11,76	Agilidade em resolver problemas	11,76
Equipe de vendas	8,82	Consultoria baseada em resultados	5,88
Uso de ferramentas de gestão	2,94	Inovação tecnológica	2,94
Promoções diárias	2,94	Credito	2,94

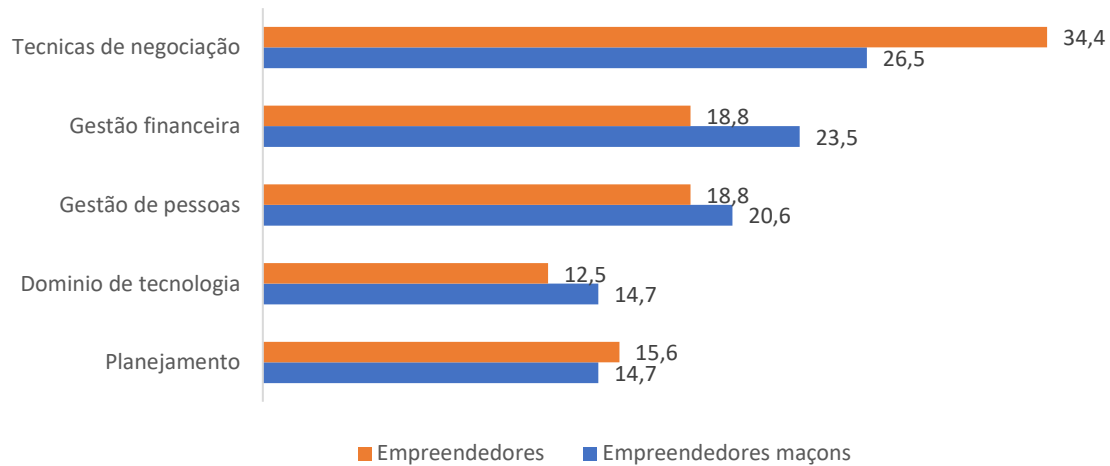
As características pessoais que segundo os entrevistados foram determinantes para o sucesso dos empreendimentos apresentou pouca variação entre as duas classes avaliadas e não permitiu aferir relação de causa e efeito (Figura 2):

Figura 2- Comparativo de características pessoais classificadas como essencial ao empreendedorismo em duas classes avaliadas (%).



Os entrevistados relataram necessidades de aprendizagem e o desenvolvimento de características que auxiliassem no funcionamento dos seus empreendimentos, sendo que entre as classes analisadas ocorreu pouca variação que não permitiu aferir relação de causa e efeito (Figura 3).

Figura 3- Comparativo de características que os empreendedores tiveram que aprender após o início de seus empreendimentos (%).



4.1 Perfil do empreendedor conforme Índice de Empreendedorismo de Dornelas — IED

O estudo revelou que na aplicação do índice IED os valores numéricos foram diferentes que conjuminou a classificação em diferentes grupos de empreendedores, assim como também foi observado diferenças estatísticas significativas nos índices de empreendedorismo ($p < 0,05$) entre os dois grupos analisados, confirmando a classificação do IED na amostra realizada (Tabela 8) sendo que o grupo dos empreendedores maçons apresentaram tendência moderada para o empreendedorismo, diferindo assim dos empreendedores não maçons.

Tabela 8 - Comparativo do perfil empreendedor maçom e não maçom, conforme IED

Empreendedor	Classificação IED	Empreendedor maçom	Classificação IED
118,89 a	Grupo 3= até 119 pontos	123,89 b	Grupo 4= acima de 119 pontos
$p = 0,896$		$p = 0,582$	

p – valor de significância ($p < 0,05$): Coeficiente de Correlação de Spearman
Médias seguidas de mesma letra não diferem estatisticamente entre si

Essas evidências sugerem que a maçonaria pode influenciar positivamente o perfil empreendedor de seus membros. Os princípios e valores disseminados pela organização, como a busca pelo conhecimento, a ética e a fraternidade, podem contribuir para o desenvolvimento de habilidades e atitudes empreendedoras, como a proatividade, a persistência e a capacidade de networking. Apesar desse contexto, é relevante ressaltar que nem todos os maçons são empreendedores e nem todos os empreendedores são maçons. O empreendedorismo é um fenômeno complexo e multifacetado, influenciado por uma série de fatores individuais, sociais

e econômicos. A maçonaria pode ser apenas um dos fatores que contribuem para o perfil empreendedor de uma pessoa.

Além disso, é necessário considerar que o empreendedorismo não se limita apenas ao mundo dos negócios. Existem empreendedores sociais, que buscam solucionar problemas e promover mudanças na sociedade, e empreendedores culturais, que atuam no campo da cultura e das artes. Nesse sentido, a maçonaria pode influenciar o perfil empreendedor em diferentes áreas de atuação.

No entanto, é importante ressaltar que não existe um modelo único de empreendedor, e sim uma combinação de habilidades e competências que podem variar conforme o contexto e o tipo de empreendimento. Cabe ao empreendedor identificar suas fortalezas e trabalhar em suas fraquezas, buscando sempre se aprimorar e se adaptar às demandas do mercado.

Comparando as características do empreendedor em geral, podemos observar que o empreendedor maçom possui habilidades e competências semelhantes, mas com forte influência dos princípios da maçonaria nas questões éticas e humanitária, fatores como esses não são decisórios a todas as pessoas, mas esses pressupostos exigidos pela ordem podem estar influenciando na conduta dos empreendedores que também são maçons.

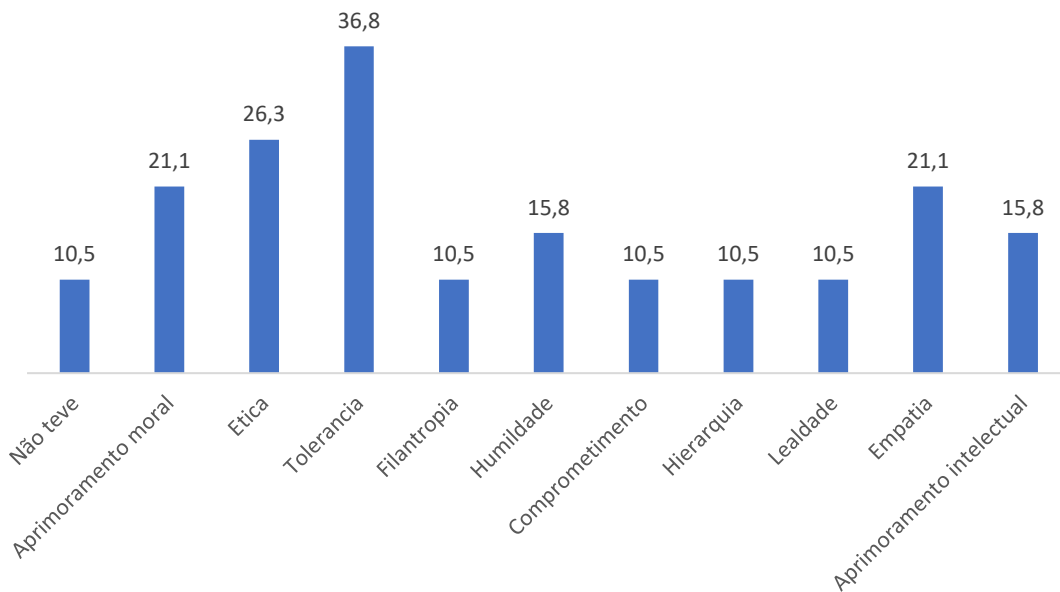
É importante destacar a rede de contatos formada por meio da maçonaria para o empreendedor maçom. Segundo Santos et al. (2019), a maçonaria é uma organização com membros de diferentes áreas e segmentos, o que pode proporcionar ao empreendedor maçom uma rede de contatos diversificada e de confiança.

O estudo revelou que entre os empreendedores que eram maçons o tempo médio de ordem era de 11 anos, este tempo promoveu que os mesmos tenham vínculos fortalecidos pela participação, sendo que a maioria (n= 68%) atestou que tem seus produtos ou serviços procurados por outros membros como uma forma de lealdade maçônica. Urge ainda que entre os entrevistados a maioria também (n= 85%) atestou oferecer condições diferenciadas para os demais maçons, em especial melhores possibilidades de pagamento e atendimento preferencial.

A maioria também relatou que essa questão não pode ser classificada como benefício oferecido pela ordem, no entanto, reconhecem que o reconhecimento do termo irmandade a que se tratam mutuamente influência nessa tomada de decisão, e que esse tipo de comportamento ser tradicional entre os membros da ordem cria-se uma espécie de rede de relacionamento e contatos (Networking) onde maçons ofertam melhores condições a outros maçons, e por receber melhor condições consumidores maçons procuram empreendedor maçons.

A totalidade dos entrevistados maçons relataram que nunca tiveram capacitação específica sobre empreendedorismo na maçonaria, no entanto, maioria dos entrevistados (84%) deste grupo relataram que indiretamente adotaram vários aprendizados da ordem na atuação dos seus negócios, classificando essa questão como positiva (Figura 4).

Figura 4 - Aprendizados na maçonaria adotados por empreendedor maçons em seus empreendimentos (%).



O estudo revelou que empreendedores maçons apresentaram maior índice de empreendedorismo pelo IED proposto por Dornelas (2008) quando comparado com a outra classe investigada na amostra realizada, neste contexto aparentemente a explicação pode residir em dois fatores, a saber: o preparo para o exercício ao empreender e a adoção dos pressupostos da administração científica no gerenciamento de seus empreendimentos, cujas diferenciações podem estar associado aos pressupostos adotados nas ordens maçônicas.

O postulado pode ser confirmado a medida que descreve que não é incomum as lojas simbólicas sofrerem da evasão de seus membros, e que a reversão dessa situação deve ser implantada de qualquer maneira, contrariamente essas ações devem ter organização, previsão de ações e controle dos resultados por parte dos gestores que resultem em uma administração mais eficaz produtiva e consciente com a perspectiva de evolução constante e gradual.

Ainda segundo Baumann (2019) urge que sejam adotadas ferramentas de gestão aplicadas as Lojas Maçônicas como o planejamento estratégico organizacional, mas que isso não descaracterize seus princípios, simbologia, filosofia e rituais, mas que de forma inegável

podem trazer melhores resultados, mitigando os fatores de risco e potencializando os fatores de sucesso.

O planejamento estratégico de uma forma simplificada pode ser compreendido como um enfoque sistêmico de planejamento que considere o curto, médio e longo prazo, que visa criar mecanismos para atingir os objetivos preestabelecidos e as metas de uma organização. Este tipo de plano acaba possibilitando que os gestores das organizações compreendam e saibam se posicionar no mercado em que atuam e a partir disso, consigam se sobressair em relação aos seus concorrentes, contando com a viabilidade de prognosticar a movimentação do mercado e da concorrência, sendo que entre os pré-requisitos para tal se destaca a elaboração de diagnósticos como elementos que podem ser utilizados a favor da estratégia potencializando assim o seu desempenho.

A tradução da estratégia é etapa mais importante do planejamento segundo Porter (2004), é a definição sobre onde vão ser efetuadas as mudanças e como serão combatidas as resistências, nesta fase as lacunas deverão ser preenchidas e são diagnosticados os erros de gestão, portanto, é primordial que um controle seja efetuado com base em diagnósticos como a análise SWOT. Implementada a estratégia, seu gerenciamento é fundamental, é tão importante quanto a sua concepção. Muitas empresas não alcançam o objetivo devido à falta de adesão e execução da estratégia e não pelo fato da estratégia ser equivocada. A implantação e execução da estratégia se preocupa com os fatores dimensionados e diagnosticados durante a sua escolha. Para a implantação ter êxito são necessários programas de implantações coletivos e individuais, ratificações, checklist e reuniões regulares, estruturadas, definidas e ações de correção do planejamento quando necessário.

A medida que processos de organização e planejamento são recorrentes em lojas simbólicas, esses processos tendem a ser interiorizados e compreendidos pelos seus membros que podem de fato aplicar em suas vidas e em seus empreendimentos. Shibao et al. (2023) descreve que a maçonaria, se utiliza de vários rituais como forma de instrução e aprendizagem e se vale de questões pedagógicas para interiorizar, sensibilizar, instruir e formar os membros, neste contexto dado que existem as instruções para os maçons desenvolverem as habilidades de praticar os rituais bem como exercerem cargos administrativos, bem como instruir os mais novos aprendizes, companheiros e mestres recentes, a adquirir conhecimentos necessários para o funcionamento da ordem, ainda segundo Shibao et al. (2023) em paralelo, ocorre um processo interno na busca para se tornar um ser humano integral e melhor, essas premissas semióticas

têm implicações educacionais e não somente de comunicação, assim este grupo de empreendedores tem o aprendizado vinculado à observação, contemplação, leituras, além dos treinamentos ritualísticos que finalmente resultará em adquirir o conhecimento e a disciplina que espera daquele que pretenda evoluir intelectualmente.

O postulado de Shibao et al. (2023) observado neste estudo que revela que empreendedores maçons têm maior carga de preparo em cursos e capacitações de que o segundo grupo analisado. Silva (2006) descreve que grupos que receberam treinamento obtiveram diferenças de eficiência quando comparado com outros grupos sem capacitação e que as mudanças que caracterizam o cenário atual das organizações, exigem qualificação e as organizações estão procurando elevar a competitividade e para atingir esse objetivo investem em programas de treinamento como forma de aumentar as competências individuais. Neste aspecto, elevar as competências e os valores individuais é premissa das ordens maçônicas Brasileira (GOB, 2022; GLP, 2022; GOP, 2022).

A Maçonaria vem sendo estudada sob diferentes prismas teóricos ao longo do tempo. Entre as principais vertentes que vem se interessando pelo tema destacam-se os relacionamentos estabelecidos pelos membros de uma Loja Simbólica, bem como as relações sociais dentro da estrutura de uma Loja Maçônica que permeiam para a vida do membro foram da ordem (VIEIRA et al., 2017). O termo Networking é comumente utilizado atualmente ao se referir a uma rede de contatos, no qual diversas pessoas de um mesmo grupo compartilham produtos, serviços ou interesses comuns, sendo relevante destacar que a rede de relacionamento é a estratégia de empresarial que mais se destaca entre os empreendedores maçons.

A rede de relacionamento é uma estratégia empresarial relevante, e visa basicamente a construção de relações duradoura no modelo de gestão ganha-ganha, onde o empreendedor tem sua cota de lucros líquidos satisfatório e, ao mesmo tempo, não explora o consumidor que paga o preço justo. O comércio justo tem sido defendido por organizações internacionais como a Fair Trade Labelling Organization International (2023), que descreve que uma organização independente de seu tamanho deve considerar que suas atividades comerciais resultam em relação benéfica a todos os interessados (relação ganha & ganha), bem como a equidade na distribuição do mark-up (lucro), a parceria e interesses compartilhados entre os stakeholders, relações eficazes de longo prazo e pautada no respeito mútuo, a adoção de valores éticos e transparência e que todos esses processos pudessem ser percebidos pelos consumidores conscientemente.

Anacleto et al (2023), descreve então que as práticas de comércio justo devem então ultrapassar o âmbito das relações comerciais entre as pessoas, dando origem a um novo movimento que permita estabelecer de uma relação direta entre produtores e consumidores com o cancelamento tanto quanto possível de intermediários e especuladores, no entanto, isso nem sempre é possível, e quando da ocorrência da presença destes atores que seja então vislumbrar a aplicação de um preço justo e estável que permita a quem produz viver com dignidade.

Os pressupostos descritos ao comércio justo, de uma forma indireta, também são similares aos pressupostos que as várias ordens maçônicas no Brasil, exigem para uma pessoa permanecer na ordem (GOB, 2022; GLP, 2022; GOP, 2022).

O comércio justo, associado a uma rede de relacionamento sólida, resulta naquilo que Lovelock e Wrigt (2003) descrevem como a mais poderosa ação do marketing de relacionamento, o qual é justamente aquele que cria oportunidades e atividades destinados a desenvolver ligações economicamente eficazes de longo prazo entre uma organização e seus clientes para o benefício mútuo. Mckenna (1989) complementa que o principal foco deste tipo de relações comerciais é integrar ao longo do tempo as partes envolvidas, ou seja, empresa x cliente x fornecedor, proporcionando um relacionamento duradouro cujos frutos estão voltados economicamente aos resultados do tipo “ganha-ganha” onde todos os parceiros se beneficiam.

A adoção destes princípios comerciais, consonantes com os princípios da ordem, resulta na formação de um patrimônio único e singular de retenção e fidelização de clientes, diminuindo os níveis de dispêndio e custos de venda ou de prestação de serviço.

Os resultados desse modelo de atuação de relacionamento segundo Engel (2000) revelam uma forma segura de fidelização dos clientes, e descreve ser mais vantajoso manter seus clientes do que a conquista de novos clientes que tradicionalmente apresenta maior custo de venda em relação à conquista de novos.

O modelo de gestão atrelado ao marketing digital, pode ampliar a rede de relacionamentos, contido por meios diferentes, mediante a comunicação da internet, da telefonia celular e outros meios digitais, para assim divulgar e comercializar seus produtos ou serviços, conquistando novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos.

As redes são aplicadas em diferentes campos revelando um grande poder explicativo sobre como os problemas são resolvidos nas organizações, e segundo Vieira et al. (2017) as variáveis ano de nascimento e ano de iniciação na ordem apresentaram correlações significativas, e que as ligações têm se tornado eficazes e duradouras conforme o grau simbólico

que o membro pertencia na ordem, o que pode ser comprovado neste estudo dado que o tempo médio de iniciação na maçonaria (11 anos) era elevado e que esse prazo pressupõe que o maçom já tenha galgado grau simbólico mais elevado, confirmando a informação de que o networking se encontra entre as principais ferramentas de gestão em seus empreendimentos.

Todo empreendimento possui uma série de dificuldades, e quando comparado as dificuldades de gestão de empreendimentos na percepção dos gestores, foi possível identificar que há muita similaridade entre as dificuldades encontradas, contudo há uma em especial que se destaca das demais, sendo a capacidade de organização. Essa característica da capacidade de organização, assim como as demais, comunica-se com alguns aprendizados que os empreendedores maçons tiveram com a maçonaria, como aprimoramento intelectual e o comprometimento, considerando isso, é possível entender que os ensinamentos da maçonaria contribuem para o aperfeiçoar do perfil do empreendedor. Embora já relatado anteriormente o empreendedorismo não seja o foco dos ensinamentos da ordem, percebeu-se que, os empreendedores maçons tiveram com a maçonaria diversos aprendizados, uteis para seus empreendimentos.

4.3 Entre mitos e imaginários, o culto ao empreendedorismo e trabalho na maçonaria: uma análise interdisciplinar

Embora não ocorra a prática da realização de pactos na maçonaria, este estudo aferiu que sim, existe a prática de culto, mas o culto ao trabalho e ao empreendedorismo. Deve ser destacado o fato que empreendedor não incomum trabalham com carga horária maior que as pessoas regularmente empregadas em contratos protegidos por legislação. Donabela (1999) corrobora a afirmação e conceitua o empreendedor como quem se dedica com afinco busca por seus sonhos, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou ainda na inovação na gestão, mas para atingir tal sucesso é preciso que o empreendedor tenha discernimento, disciplina, determinação e responsabilidade consigo e com o próximo respeitando os preceitos éticos, Nogueira Filho (1984), Campillo (2015) e Baumann (2019) descrevem que para uma loja simbólica se desenvolver e manter seus membros a ordem da sociedade e preciso que os maçons sejam disciplinados, determinados, responsáveis além de praticar constantemente o exercício da moral e da ética e reforçam que somente com essas virtudes poderão evoluir formando mentalidades progressistas.

Assim é possível afirmar que em ambas as conceituações não há um aprendizado rígido e fechado, e sim aprendizados amplos e independentes que se correlacionam entre si, empreendedores que também são maçons podem de fato ter influência na ordem, dado que além das características dos empreendedores não maçons, recebem a influência do aprendizado da disciplina com a ritualística, a que por livre vontade se submetem.

Os ensinamentos ritualísticos transmitidos na maçonaria influenciam certamente o perfil empreendedor de seus membros, dado que a ordem é educativa e filosófica, refletindo nas formas de saber e conhecer, é um tipo de aprendizado não disciplinar, isso significa que não conteúdos técnicos como economia, administração, psicologia, estatística, direito, que influenciam no perfil empreendedor, e sim novos olhares sobre o saber e conhecer.

Martins e Nogueira (2022) descrevem que entre os grandes desafios na atualidade, é encontrar soluções para estabelecer uma sociedade mais justa, inclusiva e solidária e afirmam que a maçonaria pode oferecer um contributo singular neste desafio, porque é uma característica inerente da ordem a mesma se opor ao concretismo de pensamento e da tendência de diversos grupos de se isolarem nos seus dogmas e crenças, prejudicando as relações humanas existentes, assim o pluralismo e a forma interdisciplinar da transmissão do conhecimento resulta para ocorrer a busca incessante da finalidade desta ordem de aproximar humanos, reunindo o disperso, sem impor nem uniformizar, contrariando o pensamento linear e a lógica binária do sim ou não. O pressuposto revela que os membros da ordem são encorajados a conhecer, e amar a sabedoria e a virtude, sendo estes lemas de vida praticados por cada um, inclusive em seus locais de trabalho, o que se vislumbra e que é preciso mudar o modelo mental em um processo amplo e profundo, que não ocorre por meio de iniciativas superficiais e de curto prazo, assim como o empreender não tem suas soluções desenhadas e resolvidas a curto prazo.

A maçonaria pode ter uma influência positiva no perfil empreendedor de seus membros, estimulando o desenvolvimento de habilidades e atitudes empreendedoras. Embora o trabalho da maçonaria seja algo discreto e alguma vez vivenciados apenas por membros, seus ensinamentos podem ser divididos e expandidos para a população geral, especialmente no que se refere aos hábitos de estudos permanentes, a disciplina exigida em sua caminhada na ordem, na busca constante por se lapidar e ser um melhor ser humano, na forma de construção de relacionamento eficazes a longo tempo, e nos conceitos de socialmente justo, refletindo diretamente no campo profissional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A classificação de empresas em relação à classificação por tamanho era similar entre os dois grupos analisados, assim como ocorreu similaridade nas características essenciais do empreendedor descritas nos dois grupos, tendo tido destaque a coragem, resiliência, honestidade, determinação, no entanto, no que tange a média de cursos preparatório e a gestão de seus empreendimentos, ocorreu diferença entre os dois grupos, demonstrando que os empreendedores maçons realizaram maior quantidade de cursos quando comparados com os demais empreendedores.

As potencialidades e limitações relativas aos empreendimentos apresentaram similaridade entre os dois grupos investigados, a exceção nos quesitos específicos, em especial a adoção da administração científica nos processos de gestão que no grupo de empreendedor maçons foram mais evidenciados.

O estudo revelou que na aplicação do índice IED foi observado diferenças estatísticas significativas nos índices de empreendedorismo ($p < 0,05$) entre os dois grupos analisados, confirmando na amostra realizada que o grupo dos empreendedores maçons apresentaram tendência moderada com índices mais elevados para o empreendedorismo, diferindo assim dos empreendedores não maçons, o que pode revelar que a maçonaria pode ter uma influência positiva no perfil empreendedor de seus membros, estimulando o desenvolvimento de habilidades e atitudes empreendedoras.

Embora o trabalho da maçonaria seja algo discreto e alguma vezes vivenciados apenas por membros, seus ensinamentos podem ser divididos e expandidos para a população geral, especialmente no que se refere aos hábitos de estudos permanentes, a disciplina exigida em sua caminhada na ordem, na busca constante por se lapidar e ser um melhor ser humano, na forma de construção de relacionamento eficazes a longo tempo, e nos conceitos de socialmente justo, refletindo diretamente no campo profissional.

A ordem cumpre uma forma de transmissão de conhecimento resultando no aprendizado de seus membros em questões como aprimoramento moral, intelectual, a prática de tolerância, empatia, filantropia, comprometimento, lealdade e segundo as prerrogativas da maçonaria deve ser replicado na vida diária longe das lojas simbólicas e essa situação também pode ser um fator de influência da diferença dos índices de empreendedorismo, assim finalmente pode ser afirmado que a força do culto ao trabalho e a forma da qual a ordem se organiza na transmissão

do conhecimento a maçonaria certamente sobrevivera aos mitos e imaginários que permeiam a população.

Finalmente recomenda-se a realização de novas pesquisas para se averiguar quais os limites no qual os mitos e imaginários popular pode estar afetando a lucratividade e a continuidade dos empreendimentos gestionados por maçons.

REFERÊNCIAS

ANACLETO, A. OLIVEIRA LOPES, E.; GONÇALVES, K. D.; SCHEUER, L.; DUARTE, M. A. Fair trade and artisanal fishing in Paraná coast: between speech and reality. **Observatório de la Economía Latinoamericana**, v. 21, n. 8, p. 8630-8645, 2023.

AZEVEDO, Célia Maria Marinho de. **Maçonaria, antirracismo e cidadania**. Uma história de lutas e debates transnacionais. São Paulo: Annablume, 2010.

BARATA, Alexandre M. **Maçonaria e a ilustração brasileira**. História, Ciências, Saúde-Manguinhos. 2006, v. 1, n. 1, pp. 78-99. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0104-59701994000100007>>. Acesso em: 8 março de 2023.

BAUMANN, SIDNEI. Planejamento Estratégico na Maçonaria. **Revista Ciência & Maçonaria**, v. 6, n. 1, 2019.

BENIMELI, J. A. F. 1984 '**La Inquisición frente a masonería e ilustración**'. Em: Alcalá, A. (org.). Inquisición española y mentalidad inquisitorial. Barcelona, Editorial Ariel, pp. 463-95.

CAMPILLO, M. A. L. G. A **Maçonaria Para Os Leigos: Mistérios, Origens E Estrutura**. Ciência&Maçonaria. Brasília, Vol. 3, n.1, jan/jun, 2015, p. 59-68. Disponível em: <https://www.cienciaemaconaria.com.br/index.php/cem/article/view/39>. Acesso em: novembro de 2023.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. Tradução de: Christina Ávila de Menezes. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC 2000.

FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATION INTERNATIONAL. **What is Fairtrade?** Disponível em: <https://www.fairtrade.net/about/what-is-fairtrade>. Acesso em 22 de março de 2023.

FERREIRA, F. M.; PINHEIRO, C. R. M. S. **Plano de Negócios Circular: instrumento de ensino de empreendedorismo e desenvolvimento do perfil empreendedor**. Gestão e Produção, v. 25, n. 4, p. 854-865, 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLP. **Grande Loja do Paraná.** Disponível em: <https://www.grandelojadoparana.org.br/mi-ssao-visao-e-valores/>. Acesso em: setembro de 2023.

GOB. **Grande Oriente do Brasil.** Disponível em: <<https://www.gob.org.br/o-que-e-maconaria/>>. Acesso em: outubro de 2023.

GOP. **Grande Oriente do Paraná.** Disponível em: <https://gop.org.br/maconaria>. Acesso em: outubro de 2023.

KNIGHT, Christopher. LOMAS, Robert. **O Livro de Hiram: maçonaria, vênus e a chave secreta para a revelação da vida de Jesus.** São Paulo: Madras, 2016. p.325-326.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão.** Tradução de: Cid Knipel Moreira, São Paulo: Saraiva, 2003.

MARTINS, Orlando; DOS SANTOS, Leonel Madaíl; SIMÕES, Pedro Nogueira. O PAPEL DA MAÇONARIA NA CONTEMPORANEIDADE: princípios e valores universalistas na criação de uma sociedade inclusiva, solidária e ética social. ERAS| European Review of Artistic Studies, v. 13, n. 1, p. 64-83, 2022.

MACHADO, H. P. V. **Crescimento de pequenas empresas: revisão de literatura e perspectivas de estudos.** Gestão da Produção, São Carlos, v. 23, n. 2, p. 419-432, 2016.

MCKENNA, R. **Estratégias de marketing em tempos de crise.** Tradução de: Elizabeth Maria do Pinho Braga. 7 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

MOCELIN, D. G; AZAMBUJA, L. R. **Empreendedorismo intensivo em conhecimento: elementos para uma agenda de pesquisas sobre a ação empreendedora no Brasil.** Sociologias. Porto Alegre, v. 19, n. 46, p. 30-75, Dec. 2017.

NOGUEIRA FILHO, S. **Maçonaria: Religião e Simbolismo.** São Paulo: Traço Editora; 1984.

PINHO, J. C.; THOMPSON, D. **Condições estruturais empreendedoras na criação de novos negócios: a visão de especialistas.** Revista de Administração de Empresas, v. 56, n. 2, p. 166-181, 2016.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva:**Técnicas Para Análise De. Elsevier Brasil, 2004.

SANTOS, G.; MACHADO, R.; SILVA, L. **Empreendedorismo maçônico: uma análise da influência da maçonaria no perfil empreendedor.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 8, n. 2, p. 1-19, 2019.

SCHUMPETER, J. **A teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SHIBAO, F. Y.; Carvalho, N. A.; De Gois, F. D. A. O repassar dos ensinamentos na maçonaria. **Revista Ciência & Maçonaria**, v. 10, n. 1, 2024.

SILVA, A. M. et al. **Empreendedorismo maçônico: um estudo comparativo entre empreendedores maçons e não maçons**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 7, n. 3, p. 1-19, 2018.

SILVA, M. E. DA .. Relações entre impacto do treinamento no trabalho e estratégia empresarial: o caso da Eletronorte. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 10, n. 3, p. 91–110, jul. 2006.

VIEIRA, D. P.; JÚNIOR, E. R.; FERNANDES, J. P. B. Análise de redes sociais em uma loja maçônica. **Revista Ciência & Maçonaria**, v. 4, n. 1, 2017.