

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

O PAPEL DO EMPREENDEDOR NA ECONOMIA

JOÃO PEDRO KRUTSCH NETO

Florianópolis, Outubro de 2002.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PAPEL DO EMPREENDEDOR NA ECONOMIA

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas para obtenção de carga horária na disciplina CNM 5420 – Monografia

Por: João Pedro Krutsch Neto

Orientador: Profª Ana Paula Barcellos

Área de Pesquisa: Desenvolvimento Econômico

Palavras-chave: Empreendedor
Empreendedorismo

Florianópolis, Outubro de 2002.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

A banca examinadora resolveu atribuir a nota 7,0 ao aluno João Pedro Krutsch Neto na disciplina CNM 5420 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:



Profª Ana Paula Barcellos
Presidente



Profº Cícero Ricardo F. Barbosa
Membro

Profª Adelita Paudine
Membro

AGRADECIMENTOS

À minha Tia **Carlita Nascimento** (*In Memorium*), por ter expressado o desejo de ver formado, quando eu ainda era uma criança, por ter plantado uma semente que germinou e cresceu.

À toda a minha família, principalmente à minha mãe, pelo incentivo e apoio emocional.

Agradeço imensamente a uma funcionária da **UFSC**, **Delvina**, em nome de todos os demais funcionários desta magnífica instituição, pela sua atenção e dedicação, pela sua simpatia, e profissionalismo.

Agradeço da mesma forma, todos os professores do Curso de Ciências Econômicas pelos ensinamentos. Tenho muito orgulho de ter tido aula com cada um de vocês, estou concluindo o curso me sentindo feliz e realizado e isso eu devo também a vocês.

Um agradecimento todo especial à minha amiga e orientadora, Prof^a **Ana Paula Barcellos**, que nossos laços de amizade e companheirismo se fortaleçam e que continuemos amigos por muitos e muitos anos. Te adoro e muito obrigado!

A minha irmã **Jussiana** pelo carinho, pelo incentivo nas horas difíceis pelo seu amor e paciência.

A todos os amigos e colegas de curso e a todos aqueles que me acompanharão nesses anos de luta, que foram testemunhas do meu esforço, e que direta e indiretamente fizeram diferença na minha vida.

DEDICATÓRIA

Dedico esta monografia a um empreendedor, uma pessoa que só tem me dado bons exemplos, por ter acreditado e apostado em mim, por ter me socorrido no momento em que eu mais precisei. Por desejar o meu sucesso tanto quanto eu. Sou eternamente grato pelo inestimável apoio moral e financeiro.

SUMÁRIO

Lista de Quadros.....	ix
Resumo.....	x
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO.....	01
1.1 Problemática.....	02
1.2 Objetivos.....	02
1.2.1 Objetivo Geral.....	02
1.2.2 Objetivos Específicos.....	02
1.3 Metodologia.....	03
CAPÍTULO II – ABORDAGENS CONCEITUAIS E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR.....	04
2.1 Empreendedorismo Conceitos e Características.....	08
2.2.1 As “Escolas” do Empreendedorismo.....	09
2.2.2 A Escola da “Pessoa Especial”.....	10
2.2.3 A Escola das “Características Psicológicas”.....	11
2.2.4 A Chamada “Escola Clássica” do Empreendedorismo.....	12
2.2.5 A Escola do Gerenciamento.....	13
2.2.6 A Escola da Liderança.....	13
2.2.7 A Escola do <i>Intrapreneurship</i>	14
2.3 O Modelo das Características do Comportamento do Empreendedor.....	15
2.3.1 Necessidades.....	16
2.3.2 Valores.....	16
2.3.3 Conhecimentos.....	17
2.3.4 Habilidades.....	18
2.3.5 Interação do Modelo.....	18
CAPÍTULO III – BASES DO EMPREENDEDOR E UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDOR.....	21
3.1 Os Economistas.....	21
3.2 Visão Schumpeteriana.....	23

3.2.1 Destruição Criadora.....	24
3.3 A Importância do Empreendedor na Economia.....	26
3.4 Programas de Desenvolvimento de Empreendedores.....	30
CAPÍTULO IV – A ATUALIDADE DO EMPREENDEDORISMO.....	33
4.1 Por Que Empreender: Necessidade ou Oportunidade?.....	34
4.1.1 A Percepção da Oportunidade.....	36
4.1.2 Capacidade para Empreender.....	37
4.2 As Condições Estruturais para Empreender.....	39
4.2.1 Educação e Treinamento.....	41
4.2.2 Pesquisa e Transferência de Tecnologia.....	42
4.2.3 Normas Sociais e Culturais.....	44
4.3 Mundo.....	46
4.3.1 Perfil do Empreendedor na Atualidade.....	49
4.4 No Brasil.....	50
4.4.1 Perfil dos Empreendedores no Brasil.....	54
4.4.2 As Condições para Empreender no Brasil a Avaliação de Especialistas.....	55
CAPÍTULO V – CONCLUSÃO.....	56
ANEXOS.....	57
Entrevista: Prof ^o Fernando E. Goutier.....	57
TESTE I – Descubra se Você é ou Pode Ser um Empreendedor.....	58
TESTE II – Descubra se Você Tem Vocação para ser um Empreendedor.....	60

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o papel do empreendedor na economia contemporânea dando enfoque ao comportamento do empreendedor. Como marco teórico foram utilizados as concepções teóricas dos comportamentalistas e dos economistas, este último será dado ênfase à teoria Schumpeteriana de desenvolvimento econômico. Iniciando com uma definição do que seja o empreendedorismo e quem é o empreendedor; passando para a visão dos economistas, para o que seja empreendedor e o seu papel na economia. Seguindo o caminho explicativo trilhado por essas teorias, foram estudados temas atuais e o panorama do empreendedorismo na atualidade, como o novo conceito de empreendedor, o nível de empreendedorismo no Mundo e no Brasil, as dificuldades enfrentadas pelos novos empreendedores e as iniciativas de apoio a essa atividade. As teorias apresentaram boa capacidade para explicar o fenômeno do empreendedorismo. Os resultados do estudo permitiram validar o modelo conceitual apresentado e oferecer informações que contribuam para a elaboração de trabalhos futuros.

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

1.1 – PROBLEMÁTICA

Na teoria econômica clássica o empreendedor surge como agente indispensável para a contínua transformação e adaptação de uma economia moderna, o empreendedor - tradução livre para a língua portuguesa do original francês – *entrepreneur* - passou a receber atenção e interesse crescentes na última década, pelo seu papel mobilizador das bases de recursos, de inovador tecnológico e conseqüentemente, de gerador de riqueza e emprego.

É da ação deste personagem constantemente inovando e transformando, que surgiu o empreendedorismo como uma alternativa que vem mudando a percepção e as atitudes em relação às formas tradicionais de emprego e dos meios disponíveis para a geração da renda e a auto-sustentação.

Estudos recentes comprovam que novas organizações produzem postos de trabalho e riqueza econômica numa proporção bem superior a de grandes organizações já estabelecidas. A malha de inter-relações que a atividade empreendedora cria na dinâmica de crescimento é uma de suas conseqüências salutares.

A escolha deste tema baseou-se primeiramente nas aspirações pessoais do autor, onde se buscou avaliar a tendência econômica contemporânea que mais vinha ao encontro com sua ideologia de vida. Tendo como intuito tornar esta pesquisa um exercício prazeroso, acreditou-se na importância da afinidade do tema a ser pesquisado com o próprio pesquisador, para que desta maneira, se gere um melhor rendimento tendo em vista a auto-motivação.

Neste trabalho, tem-se o intuito de observar a realidade atual do empreendedorismo, bem como promover o tema dentro do curso de Ciências Econômicas, já que o assunto é tratado muito superficialmente ou simplesmente ignorado no programa das disciplinas, portanto a problemática da presente pesquisa será responder: Quem é o empreendedor, quais

as suas características e motivações? qual a importância do empreendedor na economia? Existe variação entre o nível de empreendedorismo entre os países e, se havendo, como está o panorama atual do empreendedorismo no Brasil?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o nível da atividade empreendedora mundial comparativamente com o Brasil.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Levantar, na literatura especializada, as diferentes abordagens de empreendedorismo discutidas pelos estudiosos da área.
2. Destacar a importância dos empreendedores na sociedade atual, tendo-se o empreendedor como agente de desenvolvimento econômico.
3. Analisar o fenômeno do empreendedorismo pelo ótica econômica, dando ênfase ao lado comportamental do empreendedor.

1.2METODOLOGIA

Este Trabalho inicia-se com a apresentação dos conceitos teóricos e características atribuídas aos empreendedores. Na seqüência é apresentada a base de um modelo de desenvolvimento do empreendedor bem como a importância do empreendedor na economia. No Capítulo IV, tem-se dados atuais sobre o empreendedorismo no Brasil, contrastando com os resultados de outros países participantes do projeto - *Global Entrepreneurship Monitor* -

GEM 2001, bem como as percepções e avaliações dos especialistas integrantes do projeto - *GEM 2001*.

A metodologia adotada para a realização da presente monografia compreende a observação de procedimentos que podem ser divididos quatro fases principais:

Levou-se em consideração as aspirações pessoais do aluno bem como a importância do assunto a ser abordado e sua relevância dentro da economia.

A próxima fase compreende um levantamento bibliográfico referente ao empreendedorismo, discutida pelos principais estudiosos desta área. Os dados utilizados foram obtidos através de teses e dissertações, periódicos, revistas especializadas, internet, relatórios e documentação interna da Escola de Novos Empreendedores – ENE.

A terceira etapa da pesquisa incluiu a observação do empreendedorismo no contexto da sociedade contemporânea, através do diagnóstico no mundo e no Brasil, realizado pelo projeto *Global Entrepreneurship Monitor*.

A última fase foi a reunião das informações coletadas, divididas por tema, para que se possa compreender a interação dos assuntos.

É imprescindível salientar que esta é uma monografia, que o assunto abordado é muito amplo e rico, que se fez necessário a delimitação do tema e que questionamentos sobre o que seja o empreendedorismo surgem a todo o momento.

CAPÍTULO II

2. ABORDAGENS CONCEITUAIS E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

De acordo com ANDRADE FILHO (2000), existem diversas conceituações para o empreendedor. Tais conceitos registram o seu papel no momento histórico em questão e/ou representam os paradigmas do ramo da ciência que o analisa. Na literatura sobre empreendedorismo há uma notável confusão a respeito da definição do termo empreendedor.

LIMA (2001), insere o conceito de empreendedor na discussão sobre os problemas dos pequenos negócios, esclarece que a tradução literal do termo *entrepreneur* em seu sentido popular tanto do inglês, quanto do francês, para o português, resulta na denominação “empresário” que, em português tem a conotação de “proprietário de empresa”. Porém os conceitos são diferentes, pois nem todo empresário é um empreendedor e um empreendedor não é, necessariamente, um empresário.

Na concepção de FILLION (1999), pesquisadores tendem a perceber e definir os empreendedores usando premissas de suas próprias disciplinas, já que semelhanças na percepção do que seja um empreendedor surgem a cada disciplina. É o caso dos economistas que associam o empreendedor com inovação, enquanto os comportamentalistas, psicólogos, psicanalistas, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano, se concentram nos aspectos criativo e intuitivo. A primeira utilização da palavra empreendedor, que se tem registro, é oriundo da França, no século XVI e relaciona o termo aos homens envolvidos na coordenação de operações militares e de grandes obras de arquitetura e engenharia. Nesta época o conceito de empreendedor não se relacionava à questão da iniciativa nem da possibilidade de correr riscos.

Segundo OLIVEIRA (1995), a relação do empreendedor com os processos de negociação, organização de recursos e riscos foi utilizada, no século XVIII pelo francês Richard Cantillon. Tal conceito foi ampliado no século seguinte por Jean Baptist Say. Impulsionado pela revolução industrial e pelas invenções decorrentes, este relacionou o

empreendedor àquele que converte o conhecimento em um produto comercializável, iniciando inclusive, as discussões sobre agregação de valor.

De acordo com ANDRADE FILHO (2000), até meados do século XX, os estudos sobre os empreendedores possuíam uma forte relação com sua ação na economia. Esta visão, entretanto não é a única que deve ser considerada ao analisar-se a questão. Além das contribuições dos economistas, os sociólogos, psicólogos e estudiosos da administração desenvolveram diversas teorias sobre o tema. Neste capítulo se dará enfoque sobre a parte conceitual e comportamental do empreendedor, ficando a análise econômica para o capítulo seguinte.

OLIVEIRA (1995), atribui a diferença de conceitos de empreendedorismo às diferentes concepções de empreendedor existentes nas análises dos economistas, psicólogos, sociólogos e administradores. Tais concepções, na visão dos principais estudiosos da história do empreendedorismo, são resumidas no Quadro 1.

Quadro 1 – Desenvolvimento da Teoria do Empreendedorismo e do Termo Empreendedor.

PERÍODO	VISÃO SOBRE O EMPREENDEDOR E O TERMO EMPREENDEDORISMO
Idade Média	Ator ou pessoa encarregada de gerenciar projetos de grande porte (castelos, catedrais, etc.) sem assumir os riscos do empreendimento.
Século XVII	Pessoa que fechava um contrato com o governo, com um valor pré-fixado e poderia ter lucro ou prejuízo de acordo com o seu gerenciamento da empreitada.
1.725	Richard Cantillon formulou uma das primeiras teorias sobre empreendedorismo sendo um dos precursores do termo “entrepreneur” (empreendedor), relacionando-o a uma pessoa que realizava transações comerciais, operando sempre com risco de ganhar ou perder dinheiro.
1797	Beaudeau conceituava o empreendedor com alguém que assume os riscos, planeja, supervisiona, organiza e é proprietária de determinado empreendimento.
1803	Jean Baptist Say, estimulado pela revolução industrial, separou o conceito do empreendedor do conceito de provedor de capital. Nesta fase da história diversos investigadores (Thomas Edson, por exemplo) foram financiados por capitalistas, o que estimulou esta separação conceitual.
1876	Francis Walker diferenciou as pessoas que forneciam fundos e recebiam um pagamento (juros) pelo empréstimo daqueles que recebiam lucros por suas capacidades gerenciais.

1934	Joseph Schumpeter conceituou o empreendedor como um inovador que desenvolve novas tecnologias ¹ .
1961	David McClelland chamou o empreendedor de uma pessoa com a capacidade de “energizar” e que corre riscos de forma moderada.
1964	Peter Drucker conceituou o empreendedor como aquele que maximiza as oportunidades existentes.
1975	Albert Shapero define o empreendedor como aquele que tem a iniciativa, organiza mecanismos sociais e econômicos e aceita os lucros e perdas decorrentes de sua ação.
1980	Karl Vésper cita a diferença de visões de empreendedor existentes de acordo com economistas, psicólogos homens de negócios e políticos.
1983	Gifford Pinchott, cria o termo “Intraempreendedor” que se refere a empreendedores dentro das organizações.
1985	Robert Hisrich, diz que empreendedorismo é o processo de criar algo diferente que possua valor, e exija o tempo e dedicação necessária, que assuma a responsabilidade financeira e psicológica, correndo os riscos e recebendo os ganhos sociais e satisfações pessoais decorrentes.
2001	Conceito Global Entrepreneurship Monitor: “Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas”.

Fonte: ANDRADE FILHO (2000, p.18) e Empreendedorismo no Brasil (2001 p. 6).

Cientificamente, o campo de estudo do empreendedorismo é considerado relativamente recente. Uma evidência disso é que permanecem muitas dúvidas sobre o que é empreendedorismo e quem é o empreendedor. Dependendo da abordagem, uma pessoa que logrou o sustento pelo auto-emprego pode não se encaixar em algumas definições, assim como aquele indivíduo que possui uma pequena empresa que herdou de seu pai. Ambos poderiam ser considerados proprietários de pequenos negócios, e não necessariamente empreendedores.

Para LOGEN (1997), a existência de indivíduos conhecidos como empreendedores é condição básica para o surgimento de novos empreendimentos. Estes são agentes responsáveis pelo surgimento e condução dos processos de criação de unidades produtivas. Os empreendedores através de sua ação inovam e desenvolvem o universo empresarial permitindo, que o fluxo e desenvolvimento da economia sejam catalisadas.

¹ Porém as inovações não são somente tecnológicas, como será verificado posteriormente.

Segundo RÈ (2000), as contribuições dos empreendedores são fundamentais para o desenvolvimento econômico de um país ou região e, na atualidade, têm sido crescentemente reconhecidas, pois se tem dado atenção às pequenas e médias empresas pela sua importância na geração de empregos. Por se encontrarem em um mercado ágil, competitivo e flexível, essas organizações oportunizam a abertura de novos empreendimentos.

Os empreendedores podem ser jovens que concluíram a pouco seus estudos; executivos que repensaram sua carreira; mulheres que ingressaram no mercado de trabalho; aposentados que não querem apenas se dedicar ao lazer; desempregados que buscam alternativas; herdeiros que buscam uma opção diferente daquela da empresa familiar; e, todos que vislumbram no seu próprio negócio uma opção digna e importante de desempenhar seu trabalho, (RÈ, 2000).

De acordo com GARTNER (1998), a definição mais comum na literatura contempla o fundador de um novo negócio, ou o indivíduo que inicia um negócio onde não havia nenhum similar. Assim os adeptos dessa perspectiva consideram a atividade criativa como elemento fundamental para compreender o fenômeno do empreendedorismo. Outros autores ainda enfatizam a identificação e o aproveitamento de oportunidades, como o desenvolvimento de um nicho de mercado ou de uma estratégia para atender alguma necessidade. No próximo item estão expostas as considerações dos comportamentalistas sobre os empreendedores.

2.2 OS COMPORTAMENTALISTAS

Para os propósitos deste trabalho, os Comportamentalistas referem-se aos psicólogos, psicanalistas, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano.

Um dos primeiros autores desse grupo a mostrar interesse pelos empreendedores foi Max Weber (1930). Ele identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor. Este autor via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal.

Porém, o autor que realmente deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo foi, David C. McClelland. Depois dele, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo, até o início dos anos 80. O seu objetivo era definir o que são empreendedores e suas características.

De acordo com FILION (1999), as ciências do comportamento estavam expandindo-se rapidamente e havia entre elas um consenso maior sobre as metodologias mais válidas e confiáveis do que em qualquer outra disciplina. Essa expansão refletia-se na pesquisa sobre vários assuntos, incluindo empreendedores. Inúmeras publicações descreveram uma série de características atribuídas aos empreendedores. As mais comuns são mostradas no quadro 2.

Quadro 2: Características mais Frequentes Atribuídas aos Empreendedores

Inovação	Otimismo	Tolerância a Ambigüidade e a Incerteza
Liderança	Orientação para resultados	Iniciativa
Riscos Moderados	Flexibilidade	Capacidade de Aprendizagem
Independência	Habilidade para conduzir situações	Habilidade na Utilização de recursos
Criatividade	Necessidade de Realização	Sensibilidade a Outros
Energia	Autoconsciência	Agressividade
Tenacidade	Autoconfiança	Tendência a Confiar nas Pessoas
Originalidade	Envolvimento em longo prazo	Dinheiro como medida de desempenho

Fonte: Revista de Administração, São Paulo, (1999, n.2, p.05-28).

Até agora não foi possível estabelecer um perfil psicológico absolutamente científico do empreendedor. Existem várias razões para isso, entre elas as diferenças nas amostragens. Uma amostragem de empreendedores que entrou no mercado há dois anos atrás não dará o mesmo perfil que outra de empreendedores que se lançaram a 20 anos atrás. Treinamento e empregos anteriores, assim como a religião, valores da comunidade educacional e cultura familiar, produzirão impactos no comportamento e na forma de pensar e agir dos indivíduos.

Além disso, cada pesquisador propõe sua definição do que seja um empreendedor. Para uns, ele é aquele que cria um negócio que cresce. Para os pesquisadores da escola Schumpeteriana, um empreendedor é alguém que introduz uma inovação. Porém uma análise mais cuidadosa mostra claramente, que algumas amostras contém uma mistura de proprietários-gerentes de pequenos negócios, franqueados e auto-empregados. Para melhor entendimento do assunto em questão no próximo item será apresentado as “Escolas” de pensamento e dos traços de personalidade dos empreendedores.

2.2.1 As “Escolas” do Empreendedorismo

LIMA (2001), na tentativa de facilitar a compreensão da base conceitual do empreendedorismo, se estabelecem uma classificação de seis “escolas” de pensamento, cada qual com um conjunto próprio de pressupostos subjacentes. Essas “escolas” são categorizadas de acordo com o interesse em focar características pessoais, oportunidades, gestão ou adaptação organizacional. Quadro 3.

Quadro 3: Escolas do Pensamento Empreendedor

CATEGORIA	ESCOLA	ÊNFASE
Avaliação de Características Pessoais	Da “Pessoa Especial”	Biografias; Histórias de sucesso; características e atributos Individuais.
	Das Características psicológicas	Necessidades, Valores e Comportamentos.
Reconhecimento de oportunidades	Clássica	Criatividade; tomada de decisão; Identificação de Oportunidades; Fundação de Negócio.
Reavaliação e Adaptação	Do intrapreneurship	Criatividade; Inovação; Trabalho em equipe.
Ação e Gerência	Do Gerenciamento	Conhecimento e Formação Técnica
	Da liderança	Liderança; Visão, Motivação.

Fonte LIMA (2001).

A seguir será definido brevemente o que abrange cada escola e suas principais características.

2.2.2 A Escola da “Pessoa Especial”

Para esta escola o mais importante é o que caracteriza um empreendedor e o que o distingue dos demais homens de negócios. Embora não seja fácil enquadrar este homem dentro de uma única categoria, existem certas características que são comuns a todos os empreendedores.

De acordo com LIMA (2001), os empreendedores parecem preocupados em atingir seus próprios objetivos, gostam de assumir suas responsabilidades na tomada de decisões, não apreciando trabalhos repetitivos e rotineiros. Os empreendedores criativos que possuem uma grande energia e um elevado grau de perseverança e imaginação, aliados à sua vontade de não assumir riscos que não sejam moderados e calculados, lhes permite transformar aquilo que freqüentemente se originou de uma idéia fixa e muito simples em algo concreto.

Os empreendedores sabem também transmitir seu entusiasmo contagiante a toda empresa. Tem em si próprios a capacidade de decidir e, graças a isto, eles conseguem levar junto os outros, pois estão sempre lá onde existe a ação. Qualquer que seja a forma (sedução, arte de vencer ou carisma) estes empreendedores sabem efetivamente gerir uma empresa, dando-lhes a força de viver.(LIMA: 2001, p.48).

A questão fundamental é: Os empreendedores (assim como os líderes ou bons gerentes), já nascem assim ou são “forjados” pelo ambiente? É comum encontrar na mídia biografias, histórias e estórias de pessoas notoriamente especiais que alcançaram grande sucesso no mundo dos negócios e granjearam prestígio em função disso. Note-se que o foco não é sobre o trabalho duro diário e a perseverança da elite empresarial, mas sobre cintilantes narrativas de poder sucesso e riqueza.

FILION (1999), enfatiza que nesse tipo de narrativa, sugere-se que tais indivíduos são dotados de características ou qualidades inatas, sem as quais essas pessoas seriam iguais aos demais. De acordo com este autor, as descrições das “pessoas especiais” freqüentemente

ênfatisam as características descritas no quadro 2. Também podem ser relacionados atributos físicos, popularidade, sociabilidade, inteligência, conhecimentos, fluência oral, capacidade diplomática e outros.

2.2.3 A Escola das “Características Psicológicas”

Atendendo fundamentalmente aos pressupostos da psicologia, as pesquisas do empreendedorismo classificadas nessa escola partem do princípio que necessidades, tendências, crenças e valores são primariamente determinantes do comportamento. É muito aceito que as pessoas comportam-se muito mais de acordo com seus valores do que os contrariando, mesmo considerando as variáveis situacionais.

De acordo com LIMA (2001), os comportamentos são resultados das tentativas de satisfazer necessidades, sejam elas de poder, reconhecimento, realização aceitação ou amor. As premissas básicas são que os empreendedores têm valores e atitudes voltados para o trabalho e a vida que, em junção com algumas necessidades dominantes, os impelem para um determinado tipo de comportamento.

Nas pesquisas, sobressai a combinação de valores como honestidade, dever, responsabilidade e comportamento ético, tolerância ao risco e necessidade de realização. No âmbito das necessidades, são mais citadas as de realização. Os adeptos dessa linha de pensamento acreditam que o empreendedor não pode ser desenvolvido em situações de aprendizagem formal, em salas de aula, pois seus valores pessoais e necessidade são resultados da experiência pessoal, de sua interação com pessoas, situações e instituições ao longo da vida.

2.2.4 A Chamada “Escola Clássica” do Empreendedorismo.

As referências pioneiras sobre as pessoas que se destacam das demais em função de sua capacidade de detectar e aproveitar oportunidades, os empreendedores remontam ao século XVIII. Estudiosos da economia à época, Jean Baptiste Say e Richard Cantillon entre outros, interessou-se pela compreensão do empreendedor como elemento propulsor do sistema

econômico, relacionando-o sempre com o fator inovação².

Existia, entre alguns deles, a noção de que o desenvolvimento econômico resultava da criação contínua de novos empreendimentos. Uma das características mais marcantes dessa abordagem é a distinção entre empreendedores e gerentes. Conforme mostra o quadro 4.

Quadro 4: As diferenças entre Empreendedores e Gerentes

GERENTES	EMPREENDEDORES
Trabalham na eficiência e no uso efetivo dos recursos para atingir metas e objetivos.	Estabelecem uma visão e objetivos e identificam os recursos para torná-la realidade.
A chave é adaptar-se às mudanças.	A chave é iniciar as mudanças.
O padrão de trabalho implica análise racional. Operam dentro da estrutura de trabalho existente.	O padrão de trabalho implica imaginação e criatividade. Definem tarefas e funções que criam uma estrutura de trabalho.
Trabalho centrado em processos que considerem o meio.	Trabalho centrado na criação de processos resultantes de uma visão diferenciada do meio.

Fonte: LIMA (2001).

De acordo com FILION (1999), os empreendedores eram, portanto, pessoas que aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros, assumindo os riscos inerentes. Conforme expõe o autor, podem ser consideradas representantes dessa linha de pensamento alguns dos autores pioneiros do campo do empreendedorismo, como Adam Smith, Jean Baptiste Say, Richard cantillon, e J. A. Schumpeter³.

2.2.5 A Escola do Gerenciamento

Concebe o empreendedor como aquele que organiza ou gere um negócio, assumindo os riscos com o objetivo de lucro. Além disso, cabe ao empreendedor prover a empresa das funções de direção, supervisão e controle, a exemplo das teorias gerenciais. A escola do gerenciamento lida com aspectos técnicos da gerência, e parece estar baseada na crença que

² O Caráter econômico será aprofundado no capítulo 3.

³ Esta abordagem será aprofundada no Capítulo 3.

empreendedores, desde que apresentem algum talento, podendo ser desenvolvidos.

Assim, para esta escola, empreendedorismo consiste num conjunto de atividades prendidas com foco nas funções centrais da gerência. O seu conteúdo é direcionado para melhorar a capacidade pessoal de gestão, por meio do desenvolvimento da orientação racional, analítica e do sentido de causa - e - efeito.

Desta forma, entende-se que empreendedorismo pode ser ensinado, com o objetivo central de identificar as funções específicas envolvidas e fornecer treinamento para empreendedores de fato ou potenciais. Treinamento nas funções gerenciais pode, e é desejável, pois ajuda a reduzir o número de fracassos nos negócios.

2.2.6 A Escola da Liderança

Esta escola pode ser considerada como a versão não técnica da escola do gerenciamento. Assim, um empreendedor de sucesso precisa ser, fundamentalmente, um “gestor de pessoas” ou um líder/mentor efetivo. Cujo maior papel reside em motivar, dirigir e liderar pessoas. Nessa visão, o empreendedor precisa ser um líder hábil para definir uma visão sobre o que é possível, atrair pessoas em torno dessa visão e transformá-la em realidade.

Liderança empreendedora envolve mais do que traços ou estilos relacionados às outras pessoas. O papel pode ser um ponto focal para mudar e incultar valores. Esta escola descreve um líder como um “arquiteto social”, ou como alguém que é “primordialmente um *expert* na promoção e proteção de valores”. Tem sido proposto que os líderes mais efetivos são aqueles que podem criar uma visão, desenvolver compromisso para com essa visão e institucionalizá-la. (LIMA, 2001, p.55).

2.2.7 A Escola do *Intrapreneurship*.

A Escola do *intrapreneurship*, ou intrapreendedorismo surgiu e desenvolveu-se como uma resposta a uma lacuna de inovação e competitividade nas organizações, qualquer que seja sua natureza. A idéia central é que os indivíduos podem agir como empreendedores e implementar suas idéias, mesmo com a limitada liberdade de ação de quem não é proprietário.

Uma definição que demonstra essa abordagem é que empreendedores são indivíduos ou grupos, agindo independentemente ou como parte de um sistema, que criam novas organizações ou promovem a renovação ou inovação dentro de organizações já existentes. (SHARMA: 1999).

Ou ainda segundo a definição de PINCHOT (1985):

“Intraempreendedores são alguns dos sonhadores que fazem“. São aqueles que tomam em suas mãos a responsabilidade de criar algum tipo de inovação dentro de uma organização. ... São sempre aqueles que descobrem como transformar uma idéia em realidade lucrativa.” (p. 27).

O objetivo é desenvolver nas pessoas a capacidade de estar alerta para as oportunidades, ou para a possibilidade de criá-las, o que é uma dimensão essencial da atividade empreendedora. Essa postura estratégica, se generalizada, pode criar um grande potencial competitivo por meio do desenvolvimento das atividades já existentes e a diversificação.

Alcançar um estado de *intrapreneurship* envolve uma estrutura organizacional concebida como um conjunto de unidades semi-autônomas, projetadas para criar, distribuir e expandir serviços, produtos, tecnologias ou métodos inovadores.

Genericamente, pode-se dizer que a escola do *intrapreneurship* possibilita a criação de um modelo de trabalho em equipe, no qual as pessoas são estimuladas a trabalhar juntas de forma muito mais intensa do que os empreendedores o fazem. Nesse modelo, as pessoas vão criar e aproveitar a sinergia para resolver problemas e criar oportunidades como um time. Construir um ambiente desse tipo requer habilidade para utilizar as capacidades das pessoas em tarefas que exigem contribuições diferentes dos membros.

2.3 O Modelo das Características do Comportamento do Empreendedor.

De acordo com LIMA (2001), considerando as características das pequenas empresas, num grande número de casos o empreendedor é a própria empresa. Parece clara a relação entre o comportamento do empreendedor e seu impacto direto sobre as chances de sucesso ou

insucesso do empreendimento.

Este item parte das premissas básicas das Características Psicológicas, mas apenas em parte. Ocorre que o modelo utilizado, embora enfatize a importância das necessidades e dos valores humanos como vetores comportamentais, considera determinantes também as habilidades e o conhecimento.

No intuito de contribuir para um melhor entendimento deste processo, LIMA (2001), propõe um modelo de características determinantes do comportamento, que segundo o autor, interagindo entre si, podem explicar o comportamento empreendedor e, em princípio, contingenciar o sucesso. As características mais importantes são citadas a seguir.

Para embasar sua formulação conceitual, a autora parte da premissa que o empreendimento (a empresa) é o meio pelo qual o empreendedor busca satisfazer suas necessidades, em consonância com seus valores, com uso dos conhecimentos e habilidades, que são os elementos constitutivos do modelo e são descritos a seguir, tal como os concebe a autora.

2.3.1 Necessidades.

Surgem quando é rompido o equilíbrio interno do indivíduo, causando um estado de tensão, insatisfação e desconforto, influenciando o comportamento. As necessidades podem ser satisfeitas, frustradas ou compensadas (De MORI: 1998). Em relação aos empreendedores as necessidades relevantes são:

* Aprovação:

conquistar posição social, respeito, status, prestígio, reconhecimento;

* Independência:

autonomia, iniciativa e organização em relação à própria vida;

* Desenvolvimento Pessoal:

desenvolver, testar e aperfeiçoar as capacidades pessoais;

* Segurança:

proteção contra os perigos reais e imaginários, físicos ou psicológicos. Auto-preservação;

* Auto-realização: maximizar o próprio potencial, realizar o que se é capaz, vencer desafios.

2.3.2 Valores.

São definidos como “conjunto de crenças, preferências, aversões, predisposições internas e julgamentos que caracterizam a visão de mundo do indivíduo” (LONGEN,1997:73). Eles constituem o grupo de elementos culturais que mais contribui para o desenvolvimento das características individuais.

EMPINOTT (1984), sugere a seguinte tipologia:

Valores Existenciais:	dizem respeito à vida nos aspectos referentes às dimensões de saúde, alimentação, lazer, trabalho, remuneração, economia, etc
Valores Estéticos:	são aqueles relacionados com a sensibilidade, desde os elementos sensoriais ligados aos cinco sentidos até aspectos relacionados com a arte;
Valores Intelectuais:	são aqueles ligados ao intelecto, à inteligência. É através deles que se processa a leitura da realidade;
Valores Morais:	são os valores relacionados aos princípios, normas e padrões orientadores de conduta na vida em sociedade;
Valores Religiosos:	são os valores relacionados á profissão de fé.

2.3.3 Conhecimentos.

Segundo LONGEM (1997), são as representações do que o indivíduo sabe sobre si e sobre o ambiente em que está inserido. Resultam dos sucessivos processos de aprendizagem

ao longo do tempo, modificando-se permanentemente e provocando mudanças no comportamento. Os conhecimentos pertinentes ao comportamento do empreendedor são:

- * Conhecimento dos Aspectos Técnicos Relacionados ao Negócio - é o conhecimento relativo aos atributos dos produtos ou serviços que a empresa irá oferecer bem como aos processos relacionados;
- * Conhecimento adquirido por meio da experiência na área comercial;
- * Escolaridade - o nível educacional deve ser minimamente relacionado às exigências do empreendimento;
- * Formação Complementar - atividade permanente para acompanhar a complexidade crescente das exigências do mercado e da sociedade;
- * Vivências com as Situações novas - realização de viagens, mudanças, desenvolvimento de novos projetos ou produtos.

2.3.4 Habilidades.

LONGEN (1997), define habilidades como sendo um conjunto de facilidades para utilizar as capacidades e traduzem-se em ações realizadas a partir do conhecimento. São adquiridas quando, ao reviver situações similares, o indivíduo incorpora a resposta a um método para emití-la. Sua aquisição afeta diretamente o comportamento, e as principais habilidades relativas ao empreendedor são:

Identificação de Novas Oportunidades - pensar de forma criativa e inovadora. Lograr a percepção de situações, potencialmente e nuances que a maioria das outras pessoas não percebe;

Valoração de Oportunidades - habilidade de atribuir valor às oportunidades identificadas;

Comunicação persuasiva; habilidade de convencer os outros sobre a pertinência de uma idéia;

Negociação - habilidade de tornar produtivos relacionamentos interpessoais pertinentes ao empreendimento;

Resolução de Problemas - habilidade para, utilizando sistematicamente a capacidade mental,

encontrar respostas adequadas para os desafios e obstáculos característicos de um empreendimento.

2.3.5 Interação do Modelo

Dentro da concepção adotada para o modelo das características do comportamento do empreendedor, a interação dos elementos se dá tendo as necessidades como os motivos, os valores como filtros e os conhecimentos e habilidades como instrumentos do comportamento. Assim, simplificada, uma necessidade afeta o estado de equilíbrio do indivíduo que, ao determinar os cursos de ação para retomar o equilíbrio, sofre a restrição de seu elenco de valores, decide e utiliza seus conhecimentos para a ação.

Na realidade não se trata de um processo linear, pois os conhecimentos e habilidades já estão presentes no desenvolvimento de alternativas, antes da decisão, e o poder de restrição dos valores depende do tipo de necessidade e da intensidade da tensão por ela gerada.

Para os fins deste trabalho, a questão relevante é: não haver dúvidas que as pessoas comportam-se muito mais segundo seu sistema de valores do que o contrário. De acordo com LIMA (2001), partindo do pressuposto que as bases do modelo em questão estão corretas, considera-se que é possível intervir em alguns desses elementos comportamentais, particularmente nos conhecimentos e habilidades para, de acordo com um diagnóstico integrado a outros elementos organizacionais (cultura, história, contexto), corrigir distorções do comportamento do empreendedor que afetem a efetividade da empresa.

É importante ressaltar que do conjunto de características comportamentais as habilidades podem ser desenvolvidas, o conhecimento e os valores podem ser adquiridos. Além disso, o comportamento das pessoas evolui à medida que acumulam experiências e aprendem, notadamente o do empreendedor, cujo comportamento deverá evoluir para adequar-se a cada etapa da evolução do seu negócio.

De acordo com CORRÊA (2000), a grande maioria das empresas no início de sua vida são firmas pequenas e que foram fundadas por um único indivíduo que optou pelo auto-emprego. Porém o que vai determinar se eles são ou não empreendedores, é a sua motivação. O autor identifica quatro motivos para uma pessoa optar pelo auto-emprego:

O primeiro - motivo é a alta taxa de desemprego que dificulta os indivíduos a encontrarem um emprego e provoca uma redução nos salários. Nessas circunstâncias, o auto-emprego seria a única alternativa disponível.

O segundo - está associado a questões morais ou éticas do indivíduo, que pode negar-se a abrir mão do controle sobre seu trabalho por considerar essa perda de controle como ofensiva e desonrosa.

O terceiro - diz respeito a outras preferências do indivíduo, seja-o querer trabalhar apenas parte do tempo, ou por considerar seu trabalho apenas um *hobby*.

O quarto - e um dos mais importantes são o caso em que o indivíduo opta pelo auto-emprego porque acredita que ele como empregado não teria liberdade o suficiente para explorar todos os seus talentos, ou talvez porque seria remunerado inadequadamente. Ele mesmo se considera um empreendedor com informações privilegiadas capaz de se sobressair pelo seu próprio esforço.

Além destas quatro motivações distintas a animar o ímpeto para empreender é acrescentada a que no momento está sendo considerada a mais importante pelos especialistas e estudiosos da área do empreendedorismo é aquela onde o indivíduo cria uma empresa para explorar uma oportunidade de negócio percebida. As oportunidades para a iniciativa empreendedora, bem como o potencial para empreender, são avaliados por meio de dois fatores: Oportunidade que em si, avalia a existência de condições propícias de empreendimentos na região e a percepção destas por parte da população; e, Capacidade Empreendedora avalia a motivação das pessoas para iniciar uma empresa e o respectivo domínio de competências necessárias para iniciativas empreendedoras. Estes motivos serão melhor analisados no decorrer do capítulo a seguir.

CAPÍTULO III

3- EMPREENDEDORISMO E A ECONOMIA

3.1 Os Economistas

Uma primeira ressalva é feita àqueles que acham que o empreendedorismo surgiu só das ciências econômicas. De acordo com FILLION, os dois primeiros autores normalmente identificados como pioneiros no campo - Cantillon (1755) e Say (1803; 1815; 1816; 1839), revela que eles estavam interessados na criação de novos empreendimentos, desenvolvimento e gerenciamento de negócios. Cantillon era basicamente um banqueiro que hoje poderia ser descrito como um capitalista de risco. Seus escritos revelam um homem em busca de oportunidades de negócios, preocupado com o gerenciamento inteligente de seus negócios e a obtenção de rendimentos otimizados pelo capital investido.

Jean-Baptiste Say foi o segundo autor a demonstrar interesse pelos empreendedores. Considerava o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos empreendimentos e ansiava pela expansão da revolução industrial Inglesa até a França. Say era considerado um economista, porque naquele tempo (até a segunda metade do século XX) as ciências gerenciais não existiam. Conseqüentemente qualquer um que tivesse interesse em organizações ou falasse sobre criação e distribuição de riquezas estava fadado a ser classificado como economista.

Cantillon e Say consideravam os empreendedores como pessoas que corriam riscos, basicamente porque investiam seu próprio dinheiro. Na visão de Cantillon, os empreendedores compravam matéria-prima, por certo preço, com o objetivo de processá-la e revendê-la por um preço ainda não definido. Os empreendedores eram, portanto, pessoas que aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros, assumindo os riscos inerentes. Say fazia distinção entre empreendedores e capitalistas e entre os lucros de cada um. Ao fazê-lo, associou os empreendedores à inovação e via-os como os agentes da mudança. Ele próprio era um empreendedor e foi o primeiro a definir as fronteiras do que é ser um empreendedor na

concepção moderna do termo. Como Say foi o primeiro a lançar os alicerces desse campo de estudo, é considerado por muitos como o pai do empreendedorismo. (Filion, 1998).

Entretanto, foi Schumpeter (1997), quem realmente lançou o campo do empreendedorismo, associando-o claramente à inovação:

“A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios (...) sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam locados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações” (p. 85).

Schumpeter (1997), não só associou os empreendedores à inovação, mas também mostrou a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico.

Segundo FILION (1998), os economistas estão primordialmente interessados na compreensão do papel do empreendedor como motor do sistema econômico. A partir desse ponto de vista, os economistas vêem os empreendedores como detectores de oportunidades de negócios, criadores de empreendimentos e aqueles que correm riscos são aqueles que tem o papel de informar o mercado a respeito de novos elementos. De acordo com o autor, Schumpeter não foi o único a associar o empreendedorismo com inovação e cita Clark (1899), Higgins (1959), Baumol (1968), Schloss (1968), Leibenstein (1978) e a maioria dos economistas que tinham interesse em empreendedorismo o fizeram depois dele.

Este autor cita ainda que foi Knight (1921), quem mostrou que os empreendedores assumiam riscos por causa do estado de incerteza no qual trabalhavam e que eles eram recompensados de acordo com os lucros obtidos com as atividades que iniciavam.

Os empreendedores são citados em economia, mas aparecem muito pouco, às vezes nem aparecem, nos modelos clássicos de desenvolvimento econômico. Os economistas interessados pelos empreendedores estão normalmente à margem. Se a visão de empreendedorismo nas principais correntes de pensamento tivesse de ser resumida, provavelmente se aceitaria o ponto de vista de Baumol (1993) que propôs duas categorias de empreendedores: os empreendedores organizadores de negócios e os empreendedores inovadores. O primeiro tipo inclui o empresário clássico descrito por Say, e o segundo seria o

tipo descrito por Schumpeter.

De acordo com FILION (1998), uma das críticas que é dirigida aos economistas é, eles não são capazes de criar uma ciência do comportamento dos empreendedores. A recusa dos economistas em aceitar modelos não-quantificáveis demonstra claramente os limites dessa ciência para o empreendedorismo. Na verdade, isso foi o que acabou levando o universo do empreendedorismo a voltar-se para os comportamentalistas, em busca de um conhecimento mais profundo do comportamento do empreendedor. No próximo item será dada ênfase à visão Schumpeteriana de desenvolvimento.

3.2 VISÃO SCHUMPETERIANA.

De acordo com SCHUMPETER⁴ (1984), numa linha conceitual próxima a de Jean Baptist Say, o empreendedor é designado como alguém que faz novas combinações de elementos, introduzindo novos produtos ou processos, identificando novos mercados de exportação ou fontes de suprimento, criando novos tipos de organizações. Ressaltando o importante papel do empreendedor como gerador de ciclos de desenvolvimento foi Schumpeter também o principal autor a relaciona-lo com a inovação.

Para SCHUMPETER (1994), o empreendedor é uma pessoa que realiza novas combinações que podem assumir a forma de novos produtos, processos, mercados, formas organizacionais ou fontes de suprimentos.

Schumpeter (1997), dá destaque ao empreendedor;

“ ...Na vida econômica,.....O sucesso depende da intuição, da capacidade de ver as coisas de uma maneira que posteriormente se constata ser verdadeira, mesmo que no momento isso não possa ser comprovado, e de se perceber o fato essencial, deixando de lado o perfunctório, mesmo que não se possa demonstrar os princípios que nortearam a ação”. (p. 85).

Em outra passagem o autor deixa clara em sua descrição a relação entre inovação, a criação de novos mercados e ação do empreendedor:

⁴ Maiores especificações sobre este autor ganharão maior destaque no capítulo 3.

“É, contudo, o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por “ele” educados; eles são, por assim dizer, ensinados a desejar novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daqueles que têm o hábito de consumir” (p.65).

Daí pode-se entender como a “destruição criadora”, ou seja, a substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos, foi um passo que Schumpeter avançou rapidamente ao descrever o processo do desenvolvimento econômico. (Costa,1997, p.10).

O empresário descobre novas maneiras de expandir a produção e de reduzir custos. Novos produtos e bens já conhecidos com menor preço encontrarão sempre uma demanda adicional. As empresas dinâmicas, impulsionadas por empresários ousados, criam mercado ao aumentar a produção e ao reduzir os gastos com insumos, máquinas, equipamentos e com pessoal produtivo e administrativo.

Para SCHUMPETER (1997), desenvolvimento econômico define-se como *“uma mudança espontânea e descontínua nos canais de fluxo, uma perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente”*.

Segundo ELLIOT (1988), o desenvolvimento econômico deriva de novas combinações dos fatores de produção e de mudanças revolucionárias e irreversíveis da função de produção agregada. Sua compreensão implica o conhecimento de tais mudanças e como elas ocorrem.

De acordo com SOUZA (1999), o desenvolvimento não deriva de variações infinitesimais, mas de mudanças revolucionárias, que alteram de uma vez por todas a situação anterior, como foi o caso, no século XIX, das ferrovias substituindo as diligências, ou do carvão coque e da máquina a vapor deslocando o carvão vegetal e a energia hidráulica.

Nos três autores acima, pode-se vislumbrar a necessidade de um agente para idealizar e realizar as mudanças, elas não ocorrem sozinhas, daí a importância do empreendedor.

3.2.1 Destruição Criadora

Primeiro, no mundo não concorrencial, as novas combinações significam destruição de combinações anteriores: novas firmas podem implicar o fechamento de firmas mais antigas,

porém nem sempre as novas combinações usam fatores ociosos. Para sobreviver, as atividades não inovadoras precisam lançar mão de fatores desocupados, menos produtivos. Concluindo o desenvolvimento consiste no emprego diferente dos recursos disponíveis, independentemente do ritmo de seu crescimento.

A medida que novas combinações surgem de modo irreversível e descontínuo, há desenvolvimento. As novas combinações de meios produtivos precisam ser descontínuas e significativas para gerar desequilíbrios no sentido ascensional.

Como exemplos de inovações, Schumpeter destaca:

- * a introdução de um novo produto;
- * a descoberta de um novo método de produção;
- * a abertura de um novo mercado de trabalho, no país ou no exterior;
- * a descoberta de uma nova fonte de oferta de matéria-prima;
- * uma nova organização de qualquer indústria, como novo monopólio, ou fragmentação de uma posição de monopólio. A geração de lucro puro estimula novos investimentos, dando margem ao surgimento de novas fontes de lucro.

Na bibliografia consultada está implícita a presença de um comandante, um agente capaz de realizar com eficiência as novas combinações. Esse agente, o empresário inovador, reúne cientistas, técnicos e capitais para obter novas combinações. O mundo em que vive esse empresário, não sendo de concorrência perfeita, mas formado por oligopólios, possibilita a obtenção de lucro puro. Outro fator é, mesmo na presença de oligopólios, os fundos de reserva das empresas nem sempre são suficientes para financiar as novas combinações e o empresário precisa recorrer ao crédito, fornecido pelo capitalista. Os fundos de reserva são gastos, em grande parte, na reposição do fluxo circular.

De acordo com POSSAS (1987), o empresário é quem adota novas combinações produtivas. Citando que “Na verdade, o empresário é definido por sua função - a de pôr em prática inovações, podendo acumular outras funções econômicas enquanto indivíduo”. (p. 68)

De acordo com SHUMPETER (1997), o empresário é um líder, um homem de vontade, que ousa, que tem força e se dispõe a assumir riscos. Convém esclarecer que, para

Schumpeter, “o empresário nunca é aquele que corre o risco”; o risco é assumido por quem concede o crédito. (p.106)

O meio sócio-cultural pode fazer oposição ao empresário; superar as adversidades – originárias, sobretudo dos grupos ameaçados pelas inovações – requer uma conduta equilibrada. A característica fundamental do empresário é a de “liderança não a de propriedade, isto é, de capacidade de previsão e iniciativa e não da posse de capital”.

De outra parte, a função do empresário não é descobrir novas combinações, mas adotá-las; enquanto as inovações não forem postas em prática, permanecem economicamente irrelevantes. Para a adoção de inovações rentáveis, o empresário necessita manifestar sua liderança em relação ao banqueiro, a fim de obter financiamento. Tal liderança reflete-se também em direção dos demais produtores, que o imitam, adotando inovações.

Para SCHUMPETER (1997), a iniciativa individual do empresário pode ser estimulada pelo apoio oficial, contudo o empresário de sucesso geralmente é um homem de iniciativa, um individualista e auto-suficiente, mas que busca sustentação em todas as frentes. O empresário, nessas condições, apresenta-se também como um novo-rico, um egocêntrico e racional, cujo fim é o lucro e não o consumo.

Ainda sob esta mesma ótica, SOUZA (1999), afirma que a satisfação do empresário reside no desejo de acumular por acumular. O comportamento do empresário jamais se caracteriza pelo tipo hedonista. Sua conduta pauta-se no sentido do sucesso, da conquista de um lugar de destaque social, mas predominando sempre a racionalidade. Suas decisões saem da rotina e os riscos mostram-se maiores do que aqueles provenientes das decisões do fluxo circular. Nesse sentido, o empresário apresenta-se como “o mais racional e o mais egoísta de todos” (Schumpeter, 1997, p.110). Tanto o banqueiro, como o capitalista, fertiliza o empresário, que possui idéias em potencial, tornando-o apto a pôr em prática projetos e inovações tecnológicas que outros criaram.

3.3 A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDOR NA ECONOMIA

De acordo com ANDRADE FILHO (2000), redução dos níveis de emprego é, dentre os diversos problemas que hoje afligem a sociedade mundial, um dos mais claramente percebidos. Seja pelo desenvolvimento tecnológico, pela globalização, pelos processos de redução das estruturas internas e terceirização em pequenas empresas públicas e privadas, a busca de soluções para ocupar a população economicamente ativa é prioridade nas agendas de líderes e governos mundiais.

Diversos autores consideram o estímulo a formação de empreendedores um ingrediente vital no desenvolvimento das nações no atual cenário mundial. E, mais do que teorias acerca do tema, diversas formas de incentivos ao empreendedorismo podem ser vistas atualmente. O presente capítulo procura mostrar o papel do empreendedor na economia. A partir destas perspectivas são discutidas as formas pelas quais são percebidos os programas de formação de empreendedores.

A redução dos níveis de emprego formal em todos os setores da economia e níveis das organizações é um dos maiores problemas da sociedade mundial. Nos níveis inferiores (pessoal operacional) os crescentes índices de automação de processos vêm reduzindo em escalas nunca antes vistas, o número de postos de trabalho.

Também nos níveis intermediários (representados pelas tradicionais gerências e supervisões), também são afetados cada vez mais pelos eficientes sistemas de informação que desenvolvem atividades antes realizadas por grupos de pessoas. Muito mais rápidos e eficientes, agrupam, tratam e disponibilizam as informações vitais à tomada de decisões, principalmente de ordem rotineira, para um grupo cada vez menor de decisores (REZENDE et al., 1996).

No Brasil a situação não é diferente. Segundo dados do IBGE (Quadro 5), o nível de desemprego médio anual vem apresentando, desde 1991, uma tendência de crescimento, subindo de 5% para aproximadamente 8% em 1999. Tal situação coloca o país entre aqueles com maior número absoluto de desempregados no mundo (aproximadamente 8 milhões).

Quadro 5 – taxa de desemprego aberto – 30 dias (Percentual) – Média

Brasil

ano	Desemprego Médio (%)
1991	5,25
1992	6,15
1993	5,75
1994	5,44
1995	4,97
1996	5,81
1997	6,15
1998	8,35
1999	7,67

Fonte: Pesquisa Mensal de Empregos – IBGE (1999).

A necessidade de geração de novos empregos é clara e está diretamente ligada à capacidade do país em gerar ciclos de desenvolvimento econômico. Tais ciclos caracterizam-se pelo incremento na produção e distribuição de bens e serviços, o que gerará um aumento conseqüente nos níveis de oferta de trabalho.

O princípio de que os empreendedores têm a capacidade de gerar ciclos de desenvolvimento foi apresentado inicialmente por Schumpeter (1997). Para ele, o empreendedor ou empresário inovador, através de sua iniciativa, transforma-se em componente vital da economia, desenvolvendo-se e gerando empregos e renda. Isto acontece, segundo o autor, por meio de um processo – já citado anteriormente - denominado “destruição criativa”. Neste processo os empreendedores estão permanentemente criando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados, revolucionando constantemente a situação econômica vigente.

A importância do empreendedor para a economia de um país é também citada por DEGEM (1989). Para o autor:

“A riqueza de uma nação é medida pela capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem estar de sua população, (...) por este motivo acreditamos que os melhores recursos que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos é a liberação e estímulo da criatividade dos empreendedores, através da livre

iniciativa, para produzir estes bens e serviços”. (p.9).

De acordo com Naisbitt (1994), “o empreendedor é o protagonista mais importante na construção da economia global”(p.5). Segundo o autor, quanto maior a economia global, mais poderosos serão seus protagonistas menores. Numa economia, baseada nos preceitos da livre iniciativa, o empreendedor é o protagonista econômico menor. Como tal estará nele a solução para os problemas cada vez mais complexos, não apenas de mercados e sociedades, mas de organizações.

A atenção dada ao empreendedorismo justifica-se, dentre outras coisas, pelo fato de que grande parte dos empregos gerada no mundo provém de micro e pequenas empresas. Pesquisas demonstram que a grande maioria dos empregos brasileiros são gerados pelas Micro e Pequenas Empresas (MPE). E considerando este fato de que a maior parte das MPE^{rs} brasileiras encontra-se na informalidade, fora das estatísticas oficiais, os números têm tendência a serem muito grandes.

Além da redução do número de empregos tradicionais, novas relações entre capital e trabalho começam a se desenvolver. Segundo ANDRADE FILHO (2001), as empresas que oferecem empregos tendem a reduzir-se sensivelmente. Segundo o autor, elas não desaparecerão por completo, mas serão reduzidas a um pequeno centro organizador. Nestes centros ficarão alojados 50% dos profissionais do mercado, ganhando o dobro e produzindo três vezes mais que seus predecessores. A outra metade estará dividida em quatro grupos: os trabalhadores pouco qualificados, os agenciados por empregadores intermediários, os profissionais de portfólio e os totalmente marginalizados.

Importante agente econômico na geração de emprego e renda, o empreendedor é também um produtor e prestador de serviços à comunidade. Através de seus empreendimentos, identifica, desenvolve e fornece bens e serviços, atendendo a necessidade e desejos de indivíduos e organizações.

A velocidade da mudança de valores, hábitos e costumes das pessoas geram constantemente, novas oportunidades de negócios. Estas tendências de comportamento, estudadas por Naisbitt (1994), criam nichos de mercado nem sempre lucrativos e com escala insuficiente para atrair os recursos e esforços das grandes organizações. Tais tendências

transformam-se em excelentes oportunidades de negócios para os novos empreendedores. São eles que identificam as novas oportunidades, mobilizam e direcionam recursos para o alcance de seus objetivos pessoais e atendimento destes novos mercados. (ANDRADE FILHO, 2000, p.15).

Ao identificar e atender as necessidades do mercado, através da criação e desenvolvimento de novos negócios, o empreendedor expande sua importância de gerador de soluções em trabalho e renda. Além de atender as sociedades, governos, mercados e organizações, o empreendedor deixa de ser um problema para estes grupos, pois busca sua liberdade pessoal, econômica e a sua felicidade. O empreendedor é, em sua própria essência, além de um energizador social. Um provedor de soluções para si mesmo (Longenecker, 1997).

A importância do desenvolvimento de empreendedores na sociedade atual é clara. As características pessoais e habilidades técnicas do empreendedor transformam-no em um importante agente de desenvolvimento social e econômico. Como tal, diversos conceitos sobre o empreendedor e seu comportamento foram apresentados e descritos nos itens anteriores deste trabalho. No Capítulo a seguir, será apresentado um panorama atual do empreendedorismo no Brasil bem como uma comparação do nível de empreendedorismo do Brasil com demais países no mundo.

3.4 PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DE EMPREENDEDORES

Diversos estudos têm sido realizados procurando demonstrar que algumas pessoas possuem características empreendedoras inatas, enquanto em outras estas características podem ser desenvolvidas por meio de programas educacionais.

De acordo com ANDRADE FILHO (2000), em uma pesquisa onde compilou-se e avaliou-se resultados de programas de desenvolvimento de empreendedores de diversos países, conclui-se que diversas habilidades e características de empreendedores de sucesso podem ser desenvolvidas, a partir de modelos educacionais. Que pode ser melhor visualizado através do Quadro 6.

Quadro 6 – Conhecimentos fundamentais para abertura de um Novo Negócio

Conhecimento	Descrição
Em administração e negócios	Conhecimentos nas funções administrativas básicas: marketing, finanças, operações, recursos humanos, legislações, contabilidade, etc.
Em empreendedorismo	Conhecimentos específicos sobre os componentes principais das áreas de negócios em que se pretende atuar
Sobre a oportunidade identificada	Conhecimentos sobre potencial da oportunidade identificada sem necessariamente transformá-la em negócio.
Sobre como viabilizar a idéia	Conhecimentos sobre como transformar a oportunidade em um empreendimento.

Fonte: ANDRADE FILHO (2000 p.23).

Segundo ANDRADE FILHO (2000), outros autores como Hisrich e Peters (1995) defendem a eficácia dos cursos de empreendedorismo, desde que estes encontrem métodos educacionais que desenvolvam três tipos de habilidades vitais aos empreendedores: habilidades técnicas, habilidades na gestão de negócios e habilidades empreendedoras. Eles afirmam ainda que muitas destas habilidades são as que diferenciam o conceito do gerente tradicional do empreendedor. Conforme exposto no Quadro 7.

Quadro 7 – Tipos de Habilidades Necessárias ao Empreendedor

Grupo de Habilidades	Habilidades
Habilidades Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> * Saber escrever * Saber falar * Monitorar o ambiente * Ter noções de gerência * Conhecer as tecnologias * Saber se relacionar * Saber ouvir * Organização * Construção de relacionamentos * Estilo gerencial próprio * Desenvolvimento de pessoas equipes * Trabalho em grupo * Planejamento e definições de metas * Tomada decisão * Relações humanas * Marketing
Habilidades de Gestão de Negócios	<ul style="list-style-type: none"> * Finanças * Contabilidade * Gerenciamento integrado * Controladoria * Negociação * Avaliação de riscos * Gestão de crescimento
Habilidades empreendedoras Pessoais	<ul style="list-style-type: none"> * Controle e disciplina interiores * Capacidade de assumir riscos * Inovação * Orientação para a mudança * Persistência * Visão de futuro

Fonte: ANDRADE FILHO (2000, p. 24).

Neste capítulo foi mostrado o papel do empreendedor na economia, quais as suas definições e principais características. Será dado início ao próximo capítulo já que desta forma, tem-se o referencial teórico necessário para que se possa abordar as questões relevantes ao panorama atual do empreendedorismo no Mundo e no Brasil.

CAPÍTULO IV

4 A ATUALIDADE DO EMPREENDEDORISMO

Este capítulo tem como base bibliográfica o relatório do projeto *Global Entrepreneurship Monitor - GEM 2001*- pois trata-se de um compêndio com as mais atuais considerações sobre empreendedorismo bem como analisa o impacto desta atividade a nível mundial, dando-se neste trabalho um maior enfoque sobre as condições do empreendedorismo no Brasil.

Um dos objetivos centrais do GEM⁵ foi reunir alguns dos melhores especialistas em termos mundiais – professores e pesquisadores – para, num esforço conjunto, explorar e compreender o fenômeno do empreendedorismo e o seu papel no processo de desenvolvimento e crescimento econômico dos países.

O conceito adotado pelo GEM⁶, sobre o que seja empreendedorismo, tem um escopo mais amplo das definições usuais, com o propósito de captar toda e qualquer atividade que tenha uma característica de esforço autônomo e que envolva a criação de uma base de recursos, para poder desta forma verificar em que medida determinada população é ou não empreendedora.

Para poder responder às questões propostas pelo projeto, o modelo adotado parte da premissa de que o crescimento econômico de uma nação resulta da ação de dois processos distintos, porém complementares:

⁵ O projeto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* foi criado em 1997 como uma iniciativa conjunta entre *Babson College*, o mais importante centro de ensino e pesquisa sobre empreendedorismo nos Estados Unidos, e a *London Business School*. A participação do Brasil com a publicação do relatório GEM – 2001, é motivo de satisfação, além de permitir a participação em pesquisa de incontestável importância para o estudo deste fenômeno mundial, revela que o Brasil está entre os cinco países que apresentam o maior nível de empreendedorismo dentre os 29 países participantes do projeto.

⁶ “Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas” (p.6).

- a) as atividades de inserção e intercâmbio comercial promovida por empresas estabelecidas de grande porte, que geram demandas internas por novos produtos e serviços e;
- b) as atividades diretamente relacionadas com o processo empreendedor e que são responsáveis pela criação e crescimento de novas empresas.

De acordo com o GEM – 2001, é evidente que tanto o modelo econômico convencional que concentra sua análise nos fatores e medidas usuais de crescimento, tendo por premissa e foco o papel e contribuição das grandes corporações; como o modelo empreendedor, que assume haver uma relação maior entre crescimento e as atividades de criação e expansão de novos empreendimentos, não têm a força de explanação suficiente dos fatores que levam ao desenvolvimento e crescimento da economia dos países. Entretanto, a combinação destes dois modelos pode levar a uma melhor compreensão do papel de cada um destes agentes e sua dinâmica no processo de inovação e de criação de riqueza de uma economia⁷.

4.1 POR QUE EMPREENDER: OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE?

As taxas de empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade indicam se estas decorrem do aproveitamento de oportunidades de negócio ou se estão relacionadas á falta de opções no mercado de trabalho. Essa distinção objetiva trazer novos elementos para a compreensão do fenômeno do empreendedorismo, evidenciando sua complexidade e auxiliando no entendimento quanto ao papel que os diferentes tipos têm nos diferentes contextos nacionais.

Embora na maioria dos países, com exceção da Índia e Polônia, prepondere o empreendedorismo por oportunidade, os resultados obtidos apontam para a necessidade como fator fundamental de distinção entre países. Este tipo, esta relacionado às particularidades dos países, ou seja, quanto à regulação de seus mercados de trabalho e/ou à importância dos esquemas de seguridade social neles existentes, bem como o nível de desenvolvimento dos

⁷ Informações mais detalhadas sobre os fundamentos do modelo GEM e sobre a metodologia adotada podem ser encontradas no GEM Executiv Report 2001 ou acessando os sites www.gemconsortium.org www.entreworld.org

países (p. 20).

Assim, embora os países europeus venham apresentando taxas de desemprego maiores que outros países desenvolvidos, como os Estados Unidos, isto não tem significado maior pressão no sentido das pessoas terem que recorrer a formas precárias de ocupação. Por outro lado, as maiores taxas por necessidade aparecem em países em desenvolvimento – Índia, México e Brasil -, onde a decisão de empreender, para um segmento importante da população, aparece associada a estratégias de sobrevivência familiar.

Em relação, ao nível de empreendedorismo por oportunidade. Os dados obtidos mostram variações acentuadas quer os países apresentem taxas maiores ou menores de empreendedorismo por necessidade, o que indica que a associação entre os dois tipos é pequena. Isto sugere que, embora sejam importantes, no caso do nível de empreendedorismo por necessidade, a dinâmica dos mercados de trabalho e os esquemas de seguridade social não são suficientes para explicar o nível de empreendedorismo por oportunidade e a taxa total de empreendedorismo.

De acordo com Arenius *et al.* (2001, p.28), a fraca correlação entre esses dois tipos sugere, que “as duas formas de empreendedorismo respondem a estímulos deferentes”, cuja identificação é necessária para a definição de medidas de apoio às atividades empreendedoras.

E mais, ressaltam os autores do referido relatório, embora essa tipologia possa sugerir que os negócios motivados por oportunidades sejam de “maior qualidade”, e de fato eles se diferenciam quanto às atividades desenvolvidas, há que se considerar que:

- 1) ambos contribuem para a geração de empregos e o dinamismo da economia;
- 2) ambos expõem as pessoas ao ambiente de negócios, possibilitando o desenvolvimento de habilidade e agilidade para responder aos estímulos do mercado;
- 3) o empreendedorismo por necessidade apresentou, em 2001, forte correlação com o crescimento de PIB.

A análise conjunta dos 29 países revelou que, dos 150 milhões de empreendedores estimados, 54% tornaram-se empreendedores por vislumbrar alguma oportunidade de negócio, enquanto 43% afirmaram ser por falta de opção de trabalho e 3% declararam outro motivo.

Outra constatação é que os empreendedores por oportunidade têm maior expectativa de crescimento, medida pela avaliação do número de empregos que seu negócio deve gerar no horizonte de cinco anos: para 34% seus negócios gerarão 6 ou mais postos de trabalho. Apenas 11% dos empreendedores por necessidade têm esta expectativa.

Dois outros aspectos importantes sobre o perfil dos empreendedores: aqueles que iniciaram um negócio por oportunidade apresentam maior nível de escolaridade e grande parcela deles indicou possuir, além de seu negócio, um emprego.

O Brasil apresentou a terceira maior taxa por necessidade entre os 29 países, com 40% dos empreendimentos relacionados a este motivo, envolvendo 4,8 milhões de pessoas. O empreendedorismo por oportunidade envolve 7,2 milhões de pessoas e o Brasil apresenta a sexta maior taxa.

4.2 NO MUNDO

Um dos objetivos deste tópico é verificar se e quanto o nível de atividade empreendedora varia entre os países. O Quadro 8 apresenta os resultados, para 2001, das três medidas de empreendedorismo que vêm sendo monitoradas atualmente. Sendo que neste ano foram acrescentadas duas novas medidas que consideram a motivação – oportunidade ou necessidade – da iniciativa empreendedora, que serão analisadas mais anteriormente.

Quadro 8 – MEDIDAS DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA POR ESTÁGIO, SEGUNDO PAÍSES – 2001.

PAÍSES	TAXA DE EMPRESAS NASCENTES ⁸	TAXA DE NOVAS EMPRESAS ⁹	TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA TOTAL
--------	---	-------------------------------------	---------------------------------------

⁸ Taxa de Empresas Nascentes: Proporção de pessoas com determinado perfil (idade, sexo, escolaridade, etc.) que responderam sim ao seguinte grupo de questões. A) Estava tentando iniciar um novo negócio nos últimos 12 meses. B) Nos últimos doze meses fez alguma coisa concreta para ativar esse negócio. C) Ter a intenção de ser proprietário de parte ou do total desse negócio. D) Esse negócio não terá pago mais de três meses de salários ou qualquer tipo de remuneração nem a seu proprietário.

⁹ Taxa de Novas Empresas: Proporção de pessoas com determinado perfil que responderam sim ao seguinte grupo de questões: A) Vem administrando um novo negócio nos últimos doze meses. B) É proprietário do total ou parte desse negócio. C) Esse negócio foi iniciado a partir de 1998, ou seja, não vem pagando salários ou qualquer tipo de remuneração, nem a seus proprietários, por mais de 42 meses.

PAÍSES	TAXA DE EMPRESAS NASCENTES ⁸		TAXA DE NOVAS EMPRESAS ⁹		TAXA DE ATIVIDADE EMPREENDEDORA TOTAL	
	VALOR	POSIÇÃO	VALOR	POSIÇÃO	VALOR	POSIÇÃO
México	12,7	1	6	4	18,7	1
Austrália	9	4	7,2	1	16,2	2
Nova Zelândia	9,3	2	6,3	3	15,6	3
Coréia	7,7	10	7,2	2	14,9	4
Brasil	9,2	3	5	5	14,2	5
Irlanda	7,3	12	4,8	6	12,1	6
Estados Unidos	8,2	5	3,5	12	11,7	7
Hungria	7,8	8	3,6	10	11,4	8
Índia	7,8	9	3,5	11	11,3	9
Canadá	7	14	3,9	8	11	10
Argentina	8	6	2,5	20	10,5	11
Itália	7,8	7	2,3	22	10,2	12
Polônia	7,4	11	2,6	19	10	13
África do Sul	7,2	13	2,1	25	9,4	14
Finlândia	6	16	3,3	13	9,3	15
Noruega	5,7	17	3	16	8,7	16
Dinamarca	5,3	19	2,8	17	8,1	17
Espanha	5,6	18	2,2	24	7,8	18
Reino Unido	4,9	20	2,7	18	7,7	19
França	6,4	15	0,9	28	7,2	20
Portugal	3,9	24	3,2	15	7,1	21
Alemanha	4,8	21	2,2	23	7	22
Rússia	3,7	25	3,3	14	6,9	23
Suécia	4,2	23	2,5	21	6,7	24
Holanda	2,6	28	3,8	9	6,4	25
Israel	1,2	29	4,8	7	6	26
Singapura	3,5	26	1,7	26	5,2	27
Japão	4,3	22	0,8	29	5,1	28
Bélgica	3,4	27	1,2	27	4,6	29
Média 2001	6,3		3,4		9,7	

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor – 2001. (p. 16).

Analisando o quadro acima, encontramos a resposta a umas das indagações que freqüentemente surgem quando o assunto empreendedorismo é abordado. O nível de atividade empreendedora varia entre países? Sim, o coeficiente de variação da Taxa de Atividade Empreendedora Total – TAE – é de 37%, indicando nível moderado de variabilidade entre os países, mas ele atinge 49% no caso da Taxa de Novas Empresas. Considerando-se a diferença relativa entre a maior e menor taxa, esta alcança quase 11 vezes no caso das Empresas Nascentes e 9 vezes entre as Novas Empresas.

Além disso, verifica-se que a importância de cada tipo de empreendedorismo –

empresas nascentes e novas empresas – também apresenta variação entre os países.

Para seis países (Austrália, Nova Zelândia, Coréia do Sul, Portugal, Holanda e Israel) as empresas nascentes representam menos de 60% dos empreendedores e para outros cinco (Argentina, Itália, África do Sul, França e Japão) representa mais de 75%, com os outros países situados entre esses dois valores.

As variações destacadas implicam, em alguns casos, mudança acentuada na posição do país conforme o tipo de empreendedorismo. Israel, por exemplo, ocupa a última posição quanto à taxa de empresas nascentes e a sétima posição em relação à taxa de novas empresas. Junto com a Holanda, são os únicos países em que a taxa de novas empresas supera a de empresas nascentes. Por sua vez, a Bélgica é o único país a manter a mesma posição em relação às duas taxas (Quadro 6).

Além de verificar a existência de variação no nível de empreendedorismo, tem-se que deter o foco nos fatores que estão associados a essas diferenças. De acordo com o Relatório GEM (2001), o nível de empreendedorismo nos países esta relacionada, entre outros fatores, ao nível de desenvolvimento e aos mecanismos de seguridade social e de regulamentação do mercado de trabalho dos países. A combinação entre menor nível de desenvolvimento, baixo dinamismo do mercado de trabalho e a baixa cobertura da seguridade social parecem contribuir para os níveis mais elevados de empreendedorismo nos países em desenvolvimento. Por outro lado, mesmo os países desenvolvidos apresentam diferenças no nível de atividade empreendedora, como entre os países de colonização britânica (Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia) e os europeus, particularmente a Bélgica, Holanda, Suécia, Alemanha e França, caracterizando-se estes últimos por mercados de trabalho mais regulados e esquemas de seguridades social mais abrangentes.

4.2.1 Educação e Treinamento

A condição estrutural “educação e treinamento” procura avaliar a extensão com que o conhecimento e as habilidades necessárias para iniciar um empreendimento estão inseridos nos sistemas acadêmicos e profissionalizantes em todos os seus níveis.

De acordo com o relatório GEM 2001, o quadro geral da educação empreendedora no

país é considerado precário. A educação geral básica é avaliada como deficiente e limitada a poucos. Alguns dos especialistas manifestaram posição bastante crítica quanto a qualidade do ensino oferecido, o que poderá deixar o país em situação vulnerável perante os países mais bem estruturados nesta questão.

Em relação à formação específica para a atitude empreendedora, as poucas iniciativas detectadas no país de forma bastante pontual e dispersa não são consideradas suficientes para criar e desenvolver uma verdadeira cultura empreendedora. As escolas ainda estão vocacionadas a formar cidadãos empregados e não empregadores os programas existentes são inadequados e voltados ao público errado. A manutenção deste quadro de evidente desperdício e má aplicação dos recursos torna ainda mais crítica a situação educacional do país.

Na questão relativa à integração do tema empreendedorismo à grade curricular existente ou a manutenção de programas independentes, perceberam-se posições díspares quanto ao tratamento a ser dado. Algumas posições apresentam argumentos favoráveis à inclusão natural do tema em todos os níveis, com o propósito de estimular uma verdadeira revisão de valores, engendrando daí uma transformação cultural na qual a autonomia, a competição justa e a iniciativa individual sejam privilegiadas.

Uma abordagem distinta, defendida por outro número de especialistas na pesquisa, entende que o tema empreendedorismo não constitui, em realidade, um conteúdo propriamente dito. Empreendedorismo seria mais uma postura ou atitude perante a vida, portanto, seria mais uma questão de forma, não sendo cabível dar tratamento dissociado dos demais conteúdos. Esta posição, portanto, opta por uma abordagem que favoreça a formação de uma cultura empreendedora, tendo efeitos em todas as esferas da vida do cidadão.

4.2.2 Perfil dos Empreendedores na Atualidade.

Estima-se que cerca de 150 milhões é o número de pessoas envolvidas em atividades empreendedoras nos 29 países pesquisados. Diante desse elevado número de pessoas e da diversidade de contextos dos países, surge como questão a necessidade de verificar em que medida atributos pessoais estão associados à participação em atividades empreendedoras. Ou seja: quem são os empreendedores? Suas características variam entre os países?

Para responder a essas questões os empreendedores foram classificados quanto ao gênero, idade, nível educacional e rendimento familiar. Os resultados apresentados a seguir expressam a participação ponderada dos diversos países, uma vez que o objetivo é fornecer um retrato da comunidade global de empreendedores. Os principais resultados são apresentados abaixo:

- * os homens representam 70% do total de pessoas envolvidas em atividades empreendedoras nos 29 países; esta participação verifica-se para as cinco medidas de empreendedorismo; a Taxa de Atividade Empreendedora total – TAE – masculina global é duas vezes superior à feminina;
- * a elevada participação masculina é observada em todos os países pesquisados; porém o nível de participação feminina apresenta importante variação entre os países; a Itália destaca-se como o país com maior proporção de mulheres empreendedoras, com participação praticamente igual a dos homens;
- * os padrões relacionados à idade e sexo variam conforme o tipo de empreendedorismo; a TAE por oportunidade, para homens e mulheres, é mais elevada no grupo etário de 35 a 44 anos; a TAE por necessidade é um fenômeno expressivo entre os homens mais jovens de 18 a 24 e 25 a 34 anos;
- * o fator escolaridade apresenta diferenças relacionadas ao gênero e ao tipo de empreendedorismo; as mulheres apresentam taxas maiores de atividade empresarial quanto maior o nível de escolaridade, fato que não se repete entre os homens, os quais apresentam taxa mais elevada entre aqueles com experiência educacional correspondente ao segundo grau;
- * quanto menor o nível de escolaridade mais elevada a TAE por necessidade, tanto para os homens como para as mulheres; a taxa por oportunidade é sensível à escolaridade entre as mulheres – maior escolaridade/maior taxa por oportunidade – enquanto entre os homens praticamente não há diferença relacionada aos níveis de escolaridade com exceção daquele de menor escolaridade em que a taxa por oportunidade é reduzida;
- * o fator renda familiar também associa-se a diferenças de gênero e tipo de

empreendedorismo; pessoas do nível de renda mais baixo apresentam taxas de empreendedorismo menores, independente do gênero; esta associação é mais evidente para o empreendedorismo por oportunidade e entre aqueles que constituíram novas empresas.

4.3 NO BRASIL

O Brasil aparece, nas duas edições que participou da pesquisa, como um dos países de maior nível de empreendedorismo. Em 2001, ele ocupa a quinta posição com TAE (Taxa de Atividade empreendedora) de 14,2%, indicando que 14 em cada grupo de 100 adultos estavam envolvidos com alguma atividade empreendedora. Assim, para uma população urbana adulta (18 a 64 anos) de aproximadamente 85 milhões de pessoas, têm-se 12 milhões de empreendedores.

Em relação à participação das empresas nascentes no conjunto das atividades empreendedoras, o Brasil situa-se no grupo de países em que essa participação não é nem baixa (< 60%), nem tão elevada (> 75%). No Brasil, as empresas nascentes representam 2/3 da TAE. Estima-se em 7,9 milhões o número de pessoas nesta condição, ou seja, pessoas que nos doze meses anteriores à pesquisa buscaram viabilizar, sozinhos ou em sociedade, algum negócio.

Por sua vez, outros 4,1 milhões eram responsáveis por algum tipo de negócio estabelecido nos últimos 42 meses, o qual tinha ultrapassado o período de criação e propiciava algum tipo de remuneração a empregados e/ou proprietários – as novas empresas. Em relação a essas duas taxas - empresas nascentes e novas empresas – o Brasil mantém-se entre os países que compõem o grupo com nível de atividade mais elevado; respectivamente, na terceira e quinta posições. Como mostra o quadro 9.

Quadro 9 :Taxas de Empreendedorismo por Gênero – Brasil – 2001.

TAXAS	MASCULINO	FEMININO
TEA	16,9	10,3
TEA (Oportunidade)	10,4	6
TEA (Necessidade)	6,5	4,4
Empresas Nascentes	10,7	7,2
Empresas Novas	6,6	3,1

Fonte: *Global Entrepreneurship Monitor* (2001 p. 30).

Podemos observar no quadro 9, que a taxa masculina de empresas novas é o dobro da verificada entre as mulheres. Por outro lado, essa distância é menor nos casos das empresas nascentes e, principalmente, para o empreendedorismo por necessidade. Ou seja, entre as mulheres a importância da necessidade como motivo para iniciar um negócio é maior do que verificada entre os homens e, ao contrário, a participação dos empreendimentos que ultrapassam a fase de criação (*start-up*) é menor entre as mulheres. Esses dados chamam a atenção para a maior associação, no caso das mulheres, entre iniciativas empreendedoras e estratégias de sobrevivência familiar.

Outro aspecto que a pesquisa nacional revela é a maior propensão às mulheres jovens se envolverem com alguma atividade empreendedora, pois, diferentemente do resultado global, são as mulheres de 18 a 34 anos que apresentam as maiores TAEs. Entre os homens, as maiores taxas verificam-se entre aqueles com idade entre 25 a 44 anos, também diferindo do padrão global.

Quadro 10: Taxas de Empreendedorismo por Grupo Etário e Tipo – Brasil – 2001.

TAXAS	GRUPOS ETÁRIOS				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
TAE total	11,9	16,2	17,4	6,9	8
TAE	7,7	10	9,9	4,6	4,3

TAXAS		GRUPOS ETÁRIOS			
(Oportunidade)					
TAE (Necessidade)	4,4	6,1	7,5	2,3	4,3
Empresas Nascentes	8,4	10,5	10,3	5,7	6,2
Empresas Novas	3,5	5,7	7,1	1,1	1,9

Fonte: Empreendedorismo no Brasil – 2001.

A análise das TAE⁷⁸ por tipo e idade permite identificar mais algumas características dos empreendedores brasileiros. As diferenças entre as taxas de empreendedorismo só são estatisticamente significativas, para os grupos etários de maior idade (45 a 64 anos), o que indica que os idosos tendem a apresentar menor atividade relativamente aos grupos de menor idade.

Outro aspecto da pesquisa que chama a atenção, é o fato de a TAE total entre as pessoas de 35 a 44 anos ser a mais alta e estatisticamente significativa, revelando ser neste momento do ciclo da vida que as pessoas mais se envolvem na criação de negócios.

De acordo com o GEM, há uma propensão a aumentar o nível de empreendedorismo em conformidade com o aumento no nível de escolaridade; a TAE entre aqueles com mais de 11 anos de escolaridade é quase cinco vezes superior à verificada entre aqueles sem experiência escolar. Esta associação se ressalta também entre aqueles cuja iniciativa empreendedora se deu em função de alguma oportunidade de negócio.

O empreendedorismo por necessidade é um fenômeno comum aos diferentes níveis de escolaridade. Considerando-se o estágio dos negócios, apenas os empreendimentos que superaram a fase de criação – as novas empresas – apresentam propensão ao aumento das taxas em correspondência ao aumento da escolaridade. As taxas TAE, por oportunidade e novas empresas, são mais elevadas entre aqueles com alguma experiência de nível superior.

Embora a propensão a empreender aumente conforme a escolaridade, há que se observar que a maior parcela dos empreendedores (em torno de 2/3) é constituída por pessoas com 5 a 11 anos de escolaridade, fato que deve estar relacionado ao padrão de escolaridade da população brasileira.

As maiores discrepâncias em relação a essa média verificam-se quando se consideram

as motivações da iniciativa empreendedora. A participação daqueles com nível superior (não necessariamente concluído) chega a 21,6% entre os empreendedores por oportunidade, contra 6,2% entre os empreendedores por necessidade. Aqueles com até 4 anos de escolaridade representam 28,3% dos empreendedores por necessidade e apenas 13,4% daqueles por oportunidade.

Além da análise de associação entre as medidas de empreendedorismo e características sócio demográficas dos empreendedores, o GEM procura relacionar essas medidas com fatores relacionados à situação social imediata e à percepção do ambiente pelas pessoas pesquisadas, como, o conhecimento pessoal de outros empreendedores, a identificação de oportunidades de negócio em sua comunidade e avaliações da situação econômica futura da família e do país.

O pressuposto é de que tais percepções afetem as decisões sobre tentar ou não iniciar alguma atividade. Essas associações não permitem esclarecer como os fatores atuam sobre tais decisões, elas apontam para o fato de que percepções positivas da situação social e imediata favorecem níveis mais elevados de atividade empreendedora. Para melhor compreensão do assunto, foi elaborado o quadro 11 com os resultados coletados na pesquisa.

Quadro 11 – Percepção da Situação Social Imediata – Brasil – 2001.

	TAE			
	BRASIL		MUNDO	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO
1) Conhece Pessoalmente um Empreendedor	22,1	9,1	18,7	7,7
2) Boas oportunidades para novos negócios em sua comunidade	19,7	10,9	21,4	7
3) Financeiramente, situação familiar vai melhorar	17,1	6,9	15	4,5
4) Acredita possuir habilidades para gerir algum negócio	21,3	6,4	21,3	3,7

Fonte: GEM - 2001 (p. 33).

A associação entre as medidas de empreendedorismo e os fatores de percepção acentua-se quando se isolam as pessoas que responderam positivamente conhecer um empreendedor, acreditar em oportunidades de negócio em sua comunidade e na melhoria de sua situação familiar, daqueles que responderam negativamente aos três itens. No Brasil, a

TAE para as pessoas com avaliações positivas é cinco vezes à daqueles com avaliações negativas.

O GEM demonstrou que à variabilidade no nível de empreendedorismo, entre os 29 países pesquisados, correspondem a padrões sócio demográficos diferenciados. A importância desta qualificação reside em destacar que o fenômeno do empreendedorismo não é homogêneo, apresentando contornos diferenciados em alguns segmentos populacionais, não admitindo tratamento generalizado quando se pensa em ações de fortalecimento do empreendedorismo.

Estamos diante de uma complexidade que envolve desde situações de busca de alternativas para a sobrevivência imediata, em que formas de empreendedorismo solidário podem contribuir para a melhoria da condição de vida de quem vive na pobreza, até aqueles de fomento às iniciativas inovadoras que, embora sem expressão em termos populacionais, são fundamentais da ótica do crescimento e do desenvolvimento econômico do país.

4.3.1 A Percepção da Oportunidade

A habilidade de identificar e explorar comercialmente uma oportunidade existente é uma das competências essenciais do empreendedor. Detectada a oportunidade, surge a questão da habilidade em criar e gerir um empreendimento e a motivação ou determinação de levar a cabo o projeto.

Em termos da existência de oportunidades a explorar, o Brasil aparece em posição bastante destacada entre os países participantes. Na avaliação dos especialistas entrevistados pelo GEM 2001, as oportunidades para novos negócios tem aumentado nos últimos cinco anos, incluindo nesta avaliação também as empresas de alto crescimento normalmente associadas às novas tecnologias.

No item que confere a habilidade de identificar boas oportunidades de negócio, no entanto, a apreciação dos especialistas confere nota um pouco mais baixa ao empreendedor brasileiro, o que parece contradizer de certa forma os resultados obtidos pelo Brasil, sendo considerado o quarto entre os 29 participantes em oportunidade empreendedora. Um nível mais baixo de empreendedorismo confirmaria a percepção dos especialistas neste aspecto.

A avaliação mais negativa sobre a habilidade em identificar novas oportunidades refere-se em grande parte às oportunidades existentes nas áreas de transformação e associadas a tecnologias mais avançadas ou de maior complexidade; áreas com potencial de crescimento maior e que inovam produtos, processos e serviços existentes. Estas oportunidades, que seguramente existem numa economia aberta ao fluxo internacional de informações, provavelmente não estão sendo suficientemente exploradas.

Essa interpretação é reforçada pela baixa avaliação feita da disponibilidade e facilidade de acesso à informação. O potencial empreendedor, na maioria dos casos, tem acesso fortuito e casual às informações. Muito mais fruto de sua intuição ou de seu “*faro*”, para utilizar a expressão de um dos entrevistados. Segundo os especialistas, a disseminação sistemática e organizada de informações sobre oportunidades é altamente deficiente, não havendo organismos e instrumentos que desempenhem adequadamente este papel.

Da avaliação dos especialistas pode-se concluir que existe um potencial expressivo de oportunidade nos segmentos de negócios de alto crescimento, geralmente associados ao desenvolvimento de alta tecnologia e inovação, e que requerem projetos mais complexos para a sua criação. Conclui-se também que este tipo de oportunidade não é suficiente explorado, e que é nesta categoria de empreendimentos que a demanda por um número maior de empreendedores se faz sentir.

4.3.2 Capacidade para Empreender

A capacidade de perceber a existência de oportunidade para novos negócios é, sem dúvida, um requisito essencial, porém não suficiente, no processo de criação de empresas. Outros requisitos contribuem para este processo. O nível de atividade empreendedora de um país é também explicado pela capacidade demonstrada para administrar uma empresa. Neste aspecto o Brasil situa-se abaixo da média obtida na comparação com os demais países.

A capacidade do brasileiro administrar e fazer expandir um negócio é relativamente baixa. Enquanto a habilidade de articulação para criar e organizar uma nova empresa é um pouco melhor avaliada, a capacidade de conduzir o empreendimento ao longo da curva de experiência, seguindo até os estágios de consolidação e expansão, é percebida como

deficiente.

Na visão dos estudiosos do assunto, o brasileiro tende a subestimar a complexidade envolvida na gestão competente de um negócio. A superficialidade no trato dos negócios compromete a possibilidade de seu sucesso, levando um número significativo de empreendimentos ao fracasso. A dificuldade de superar os primeiros anos da operação é devida em grande parte ao limitado domínio e conhecimento de modernos conceitos e práticas de gestão. A pouca exposição à informação e ao treinamento especializado, necessário para a estruturação de um novo negócio, é considerada pelos especialistas como uma das deficiências encontradas no empreendedor brasileiro que poderiam ser melhor atendidas pela infraestrutura educacional e profissional existente no país.

Proporção significativa de empreendedores revela uma baixa ambição de crescimento, motivada em muito pelo receio da perda do controle sobre a operação. Novamente o desconhecimento de modernas técnicas de gestão inibe a propensão ao crescimento e à expansão de novos empreendimentos. Como consequência, seu potencial de contribuição ao desenvolvimento social e econômico do empreendimento não é explorado ao limite de suas possibilidades.

Procurando chegar a uma conclusão quanto à capacidade de administrar um negócio demonstrado pelo brasileiro, os resultados obtidos da análise sugerem a importância de se desenvolver no país uma consciência maior dos imperativos da competitividade, tanto no plano nacional como internacional, disponibilizando meios e instrumentos de suporte com a missão específica de atender às necessidades e particularidades das empresas nascentes ou em crescimento.

4.3.3 Pesquisa e Transferência de Tecnologia

Este item procura avaliar a extensão com que as atividades de pesquisa e desenvolvimento no país resultam em novas oportunidades de negócios e se estas estão disponíveis para empresas novas ou em crescimento.

Um dos aspectos vitais à criação de novas empresas capazes de agregar valor a economia é a capacidade de o país gerar produtos e processos inovadores, seja pelo esforço da pesquisa local, seja pela absorção de tecnologia transferida de outros centros produtores de

conhecimento.

Na comparação com os demais países participantes do GEM, a avaliação feita pelos especialistas quanto à situação da ciência e tecnologia e de sua apropriação por parte da pequena empresa, o Brasil aparece em uma situação intermediária.

O Brasil aparece acima de países que têm realizado esforços concretos no desenvolvimento científico e tecnológico, como é o caso da Nova Zelândia, da Holanda e da Austrália. Entretanto permanece a uma distância marcante de países como a Inglaterra, a Alemanha, e os EUA, que tradicionalmente direcionam recursos substanciais para o avanço de seus acervos científicos e tecnológicos.

Um requisito crítico ao incentivo da pesquisa é a efetividade dos instrumentos de proteção aos direitos à propriedade existentes.

No Brasil são precárias as possibilidades de garantir a proteção de marcas, patentes e da propriedade intelectual. Se, de um lado, os instrumentos são falhos e lentos, por outro, o próprio interessado não prestigia e valoriza a prática do registro de inventos, do aperfeiçoamento de produtos e processos ou dos direitos autorais. Atitude esta movida pelos altos custos envolvidos com os procedimentos jurídicos necessários para obter o registro internacional.

Na análise dos especialistas participantes do projeto, é baixa a procura de soluções de natureza tecnológica e mesmo de gestão de projetos de desenvolvimento nas universidades por parte do empreendedor. De modo geral, o empreendedor desconhece as possibilidades de interação com centros de pesquisa e universidades, pressupondo de antemão que os custos envolvidos seriam impraticáveis para a capacidade financeira de seu negócio.

É altamente desejável estimular uma maior integração entre empresas e universidade fomentando, desta forma o desenvolvimento de conhecimento relevante à comunidade e contribuindo com a produção de tecnologia local. Soluções empresariais poderiam ter origem na universidade, que teria como contrapartida o acesso de seus pesquisadores e estudantes ao contexto e imperativos da inovação e competitividade.

Outro aspecto a ser considerado na interação universidade/empresa é o limitado conhecimento de novas tecnologias por parte do pequeno empreendedor na visão dos

especialistas entrevistados. Mesmo com a possibilidade e facilidade de acesso à informação atualizada e o intercâmbio que a internet propicia, a procura por esta alternativa de acesso é incipiente. A iniciativa ainda é muito individual. A busca de conhecimento esbarra muitas vezes no pouco conhecimento da língua estrangeira, mesmo em se tratando de língua inglesa.

Na avaliação dos especialistas, o país dispõe de bons pesquisadores, porém não na quantidade necessária. A concentração de pesquisadores nas universidades e centros de pesquisa, e, ainda, sediado no eixo Rio/São Paulo, restringe o acesso do pequeno empreendedor ao conhecimento especializado.

Segundo estimativa de um dos entrevistados, 70% dos pesquisadores com doutorado e instituições de pesquisa encontra-se na região Sudeste. Apesar de se verificar um aumento recente na disponibilidade de pesquisadores e cientistas, estes permanecem distantes da comunidade empresarial que teria, em princípio, o potencial de absorver o conhecimento atualizado deste corpo de profissionais.

Encerrando esta parte da análise sobre as condições e facilidades de acesso à pesquisa e tecnologia, não se poderia deixar de comentar a questão sempre presente da disponibilidade e adequação dos recursos destinados à pesquisa e ao desenvolvimento.

Considerado como fraco, particularmente o que se refere ao atendimento das necessidades das pequenas empresas nascentes e em crescimento. Comparativamente com os demais países participantes na corrida tecnológica, o montante de recursos disponíveis no país na forma de fundos ou programas especiais é bastante modesto e divulgado de forma muito restrita, estes fundos ou não existem ou são de difícil localização pelo empreendedor de pequeno porte.

4.3.4 Normas Sociais e Culturais

Esta condição procura avaliara a extensão com que normas sociais e culturais vigentes encorajam ou cerceiam a ação dos indivíduos que têm potencial e o desejo de criar empresas e a desenvolver novas formas de conduzir negócios ou atividades econômicas.

O potencial empreendedor de uma nação está intimamente ligado aos valores culturais e sociais que são cultivados e observados pelo seu povo. A estrutura de valores de uma sociedade compreende as atitudes, crenças e normas explícitas e implícitas que orientam os padrões de conduta e comportamentos aceitos e respeitados pelos indivíduos nas suas relações sociais e profissionais. Tal estrutura pode apresentar variações entre regiões e mesmo entre comunidades próximas, o que reforça a necessidade de que toda política ou ação concebida para o estímulo da atividade empreendedora leve em consideração o contexto cultural no qual deve atuar.

No GEM 2001, o Brasil revela que mantém uma estrutura cultural em que a iniciativa, a independência e a auto-suficiência não representam os valores dominantes da sociedade. Mesmo reconhecendo diferenças regionais, com influências étnicas ou religiosas, o brasileiro médio ainda cultiva a expectativa do apoio externo, apostando ou acreditando pouco na sua capacidade de produção pessoal. O empreendedorismo em geral, não é percebido pela família como opção prudente a seguir em sua vida profissional.

Por sua vez, a noção do emprego em empresas de porte e bem estabelecidas, como forma de gerar o provento e assegurar o futuro, permanece praticamente como a única, ou pelo menos como a melhor opção disponível. A atividade autônoma sofre ainda de certos preconceitos, apesar de perceber-se uma atitude mais positiva recentemente.

Nas palavras de um dos especialistas: “até o final da década de 80, autônomo era desempregado disfarçado”. Hoje a leitura é diferente.

Com respeito ao papel esperado do estado, a percepção é a de que o jovem já não espera depender tanto do governo, o que deve levar à revisão do papel do estado na vida do cidadão. A busca de alternativas que possam proporcionar sua independência, entre elas o empreendedorismo, está se transformando em fato comum particularmente entre a geração mais jovem. Espera-se menos da sociedade em termos de seguridade e responsabilidade pela garantia de emprego.

Outro fator levantado pelo relatório em 2001, é a atitude perante o fracasso. O medo do fracasso devido à censura social constitui fator que pode inibir a tentativa de criação de novos empreendimentos e representou uma proporção relativamente alta entre os entrevistados. O

erro é pouco aceito e assimilado. A estrutura de valores e princípios que caracterizam o sistema de normas culturais e sociais do brasileiro, tende a punir aquele que errou, mesmo quando comprovada a ausência de intenção de dolo ou má fé. O estigma do fracasso acompanha o indivíduo, o qual encontra dificuldade de re-inclusão.

Em contraposição ao fracasso, o brasileiro igualmente tem dificuldade de aceitar o sucesso alheio. Empreendedores bem-sucedidos são tratados com desconfiança, questionando-se os métodos e as motivações do indivíduo que demonstra a disposição e o impulso para mudar sua condição de vida por seus próprios meios.

Segundo os especialistas, a ambição do crescimento e enriquecimento é ainda condenada particularmente nas regiões menos favorecidas do país, onde também a influência da religião é mais presente.

Cabe ainda mencionar dentre os aspectos levantados pelos especialistas consultados, na análise das normas sociais e culturais que têm influência sobre o nível da atividade empreendedora, a importância do papel exercido pela religião católica na formação dos valores vigentes e na atitude fatalista do brasileiro perante o seu destino, e a atuação destacada da mulher brasileira no mercado de trabalho ao aceitar os desafios impostos pela opção empreendedora. Estes aspectos merecem análises mais profundas e criteriosas, que escapam, no entanto, do objetivo deste trabalho no momento.

4.5.5 AS CONDIÇÕES ESTRUTURAIS PARA EMPREENDER

Esta condição refere-se ao tipo e às formas de capitalização disponíveis no país. Incluem financiamento a crédito, fundos, doações, capital de risco, subsídios governamentais e a existência de um mercado financeiro em que a prática do lançamento de ações a público é um recurso usual.

A disponibilidade de recursos para o financiamento de empresas nascentes mantém-se como uma das principais restrições apontadas pelos especialistas. A avaliação negativa quanto à suficiência de capital, seja na forma de fundos, de crédito ou de subsídios específicos para

este estágio dos empreendimentos.

Quando a posição de outros países é contrastada com a posição do Brasil, fica evidente que o país deixa muito a desejar na questão do acesso ao capital tanto para giro como para investimento.

Um insipiente e instável mercado de capitais, a falta de tradição de investimentos em projetos de alto risco, a falta de regulamentação mais adequada em consonância com a prática internacional e que proteja as partes envolvidas, além do já propalado custo do capital, mantidos em patamares incompatíveis com a capacidade de retorno de novos empreendimentos, inibe em muito a intenção e a capacidade do empreendedor em criar e manter um negócio que exija investimentos mais elevados.

Verifica-se a ausência do capitalista de risco (*venture capitalist*), ou o *Angel*, investidor pessoa física disposta a apostar em algum projeto que possa se apresentar como alternativa de melhor rentabilidade.

Estas opções, que em países como os EUA constituem-se em fontes importantes para a criação de novas empresas, são fatores que receberam avaliação mais negativa por parte dos especialistas, sendo um dos aspectos considerados críticos quando apontam a falta de cultura empreendedora no Brasil.

Ainda refletindo sobre a disponibilidade de suporte financeiro adequado para este segmento específico, é levantada a questão da baixa capacidade de articulação e habilidade para levantar o capital necessário demonstrada pelo empreendedor brasileiro.

Perguntas básicas que fazem parte de qualquer roteiro para a avaliação de um projeto – o plano de negócios ou *business plan*, não são respondidos ou são tratados de modo superficial, impedindo o potencial investidor de estimar o mérito do projeto em análise. Ou seja o empreendedor brasileiro ressenete-se desta habilidade “Não saber vender..... Não saber fazer planos.”

Outra situação que parece ser unânime entre os especialistas, é em relação ao iniciante que se vê diante de uma excessiva regulamentação, que dá tratamento igual às exigências de garantias a grandes e pequenos. Dependendo do período, condições conjunturais no país e no exterior levantam as taxas de juros praticadas pelo mercado a patamares inacessíveis ao

empreendedor que se encontra nas fases de criação ou consolidação do negócio.

As poucas alternativas disponíveis para o financiamento deste tipo de empreendimento fazem com que o custo do capital seja mantido em patamares são compatíveis com a capacidade de novos empreendimentos, devido à baixa concorrência na oferta de capital para investimento. O maior número de opções concentra-se no eixo Rio - São Paulo, limitando bastante as possibilidades distantes desta região.

Organismo oficiais como o BNDES e FINEPE dada ainda a postura conservadora adotada, acabam por não cumprir o papel de fomento e de desenvolvimento econômico e social para o qual foram criados. Segundo a análise dos especialistas, dificilmente iniciantes passam pelo sistema de avaliação de risco destas instituições.

Na indagação quanto à existência e efetividade de políticas dirigidas exclusivamente para este segmento, denotam-se as imperfeições e inadequações da prática governamental quando se trata de empreendimentos em estágios nascentes ou mesmo em crescimento. O distanciamento do agente legislador da realidade tratada, o excesso de regulamentação e salvaguardas exigidas exatamente pelo desconhecimento das condições necessárias ao estímulo e à sobrevivência dos empreendimentos, torna as iniciativas inconsistentes e, muitas vezes, irrelevantes aos interesses do empreendimento.

Neste item, o Brasil assume posição bastante deficitária na comparação com os demais países participantes da pesquisa. Enquanto países de orientação mais liberal no trato com as forças de mercado mantêm políticas de estímulo ao pequeno empreendedor, facilitando o seu acesso aos grandes projetos governamentais, no Brasil, instituições de natureza pública limitam este acesso pelas excessivas exigências impostas.

As poucas exceções positivas referem-se às iniciativas tomadas com incubadoras tecnológicas, que têm apresentado resultados bastante satisfatórios em diferentes regiões do país. Não se restringindo, portanto, ao eixo Rio - São Paulo.

A expansão das experiências com incubadoras de vocação tecnológica, para empreendimentos de natureza diversa, é vista como desejável, evitando maiores perdas por falta de uma estrutura básica de suporte nas fases iniciais de um empreendimento, independente da área ou segmento de atuação.

4.3.6 PERFIL DOS EMPREENDEDORES NO BRASIL

O perfil demográfico dos empreendedores brasileiros diferencia-se daquele destacado acima. A proporção de mulheres (38%) entre os empreendedores, no Brasil, é uma das mais altas entre os 29 países pesquisados. Além disso, a TAE feminina (10,3%) é uma das mais elevadas e relativamente mais próximas da taxa masculina (16,9%) do que a distância verificada em nível global (TAE masculina duas vezes a feminina).

As diferenças entre os níveis de atividade empreendedora por gênero, no Brasil, são estatisticamente significativas para todas as medidas de empreendedorismo, sempre com taxas masculinas mais altas. Porém, as distâncias relativas entre as taxas por tipo de empreendedorismo são diferentes. Como mostra o Quadro 7.

4.3.7 AS CONDIÇÕES PARA EMPREENDER NO BRASIL A VALIAÇÃO DE ESPECIALISTAS

Completando a base de informações deste trabalho, a metodologia utilizada prevê a realização de entrevistas com pessoas direta ou indiretamente envolvidas com o tema e conhecedoras das condições estruturais destacadas pelo modelo proposto neste trabalho. As entrevistas têm por finalidade obter uma compreensão mais apurada das condições que podem funcionar como fatores de estímulo ou inibição do nível de empreendedorismo observado no país.

Os especialistas foram convidados a apontar, de modo espontâneo, quais as três principais condições necessárias ao estímulo do empreendedorismo. Na seqüência, foram solicitados a identificar três ações recentes que melhor contribuem como estímulo e apoio ao empreendedorismo no país. E, finalmente, quais os três maiores problemas ou obstáculos à atividade empreendedora que ainda persistem no Brasil.

Para que o empreendedorismo se constitua numa força dinâmica na criação de riqueza, no crescimento econômico e no desenvolvimento tecnológico, a força da dimensão cultural que fundamenta os valores, as crenças e as ações em uma sociedade, fica evidenciado na importância a ela concedida pelos especialistas consultados. Vamos as conclusões.

O contexto cultural brasileiro ainda é percebido como restritivo à maior aceitação e disseminação de atitudes empreendedoras entre os indivíduos.

Na opinião dos especialistas, o estímulo a posturas mais independentes e auto-suficientes na sociedade, vista como ingredientes essenciais para que se tenha uma cultura mais empreendedora, deve iniciar nos bancos escolares do ensino fundamental e seguir até os graus universitários. Mudança cultural é resultante de um ensino reformulado, necessitando de uma profunda revisão da estrutura curricular e do projeto pedagógico adotado até então.

Outro aspecto levantado na questão cultural é o importante papel dos meios de comunicação na disseminação e divulgação de iniciativas empreendedoras bem-sucedidas que sirvam de modelos a serem imitados. A ação favorável da mídia prestigiando a realização e história pessoal de empreendedores que agregaram valor à sociedade por seu impulso inovador, pela conquista de novas fronteiras nas áreas da inovação tecnológica, novos serviços e superação de barreiras, também, vista com certo grau de desconfiança quanto aos meios utilizados e a sua efetiva contribuição ao crescimento e ao bem-estar social.

Na opinião dos especialistas, as políticas são percebidas como falhas ou ausente quando o âmbito estrito do empreendedor é levada em consideração, para isso reverter isso a existência de meios e instrumentos de estímulo e apoio àqueles que desejam empreender, sem um caráter intervencionista, é fundamental para fazer florescer não apenas uma cultura empreendedora, mas a efetiva gestação de novas empresas.

É consenso entre os especialistas que o estímulo efetivo ao empreendedorismo tem necessariamente um componente de natureza econômico-financeira. Sem uma adequada rede de suporte que sustente as demandas típicas dos processos de criação e inovação, dificilmente terá o país o tipo de empreendedor necessário ao crescimento econômico e à competitividade tecnológica.

Garantir a disponibilidade de recursos de custo baixo e sem restrições de acesso e outras formas de alavancagem financeira que atendam às demandas típicas do empreendedor principalmente nos estágios iniciais, deveria fazer ser parte da agenda de um programa de ação com perspectiva de médio e longo prazo.

Quase em contraponto ao exposto acima, os maiores problemas apontados no estímulo

ao empreendedorismo referem-se à dificuldade de acesso às linhas de crédito (capital de risco, financiamento, capital a fundo perdido), o excesso de regulamentações, leis e tributos que trazem uma sobrecarga aos empreendimentos, principalmente nas fases iniciais de criação e desenvolvimento do negócio, e a capacitação gerencial conseqüente de um sistema educacional inadequado e pouco voltado à criação de uma cultura empreendedora.

CAPÍTULO V

CONCLUSÃO

No presente trabalho foram abordados assuntos relativos ao empreendedor, conceitos, características, as escolas psicológicas, a diferença entre empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios, a visão do que seja um empreendedor para os comportamentalistas e economistas e uma pesquisa para levantamento do empreendedorismo na atualidade. As principais conclusões alcançadas são apresentadas a seguir:

O modelo comportamental pode ser utilizado como um instrumento capaz oferecer subsídios que, possam auxiliar o desenvolvimento de programas de capacitação de empreendedores. É possível a compreensão do comportamento do empreendedor, através de um modelo conceitual, elaborado a partir de estudos e pesquisas encontradas na literatura.

O modelo conceitual mostra-se uma alternativa viável a identificação dos aspectos comportamentais associados ao êxito do empreendedorismo.

A necessidade dos indivíduos possuírem um perfil empreendedor, para garantir uma ocupação econômica digna reafirma a importância do empreendedor na sociedade atual. Suas características transformam-no em importante agente de desenvolvimento econômico e social.

O tema “empreendedor” é ainda abordado segundo a capacidade de se desenvolver empreendedores. O ensino de empreendedorismo no Brasil é um fenômeno recente, em que se questiona “pode alguém aprender a ser empreendedor”. Para autores como Fillion (1999), há possibilidade de desenvolver nas pessoas, características empreendedores, através de programas educacionais que difundem estudos comportamentais, conhecimentos, habilidades técnicas de gestão de negócios e relações humanas, para se iniciar um novo negócio.

A economia opera com novos padrões de relações de trabalho, os jovens mudaram o seu sonho, mas a cultura familiar e a formação que recebem nas escolas continuam a preparar-nos para uma realidade que não existe mais. Os desafios dizem respeito não só a mudança no

ensino, mas também na visão que a sociedade tem no mundo. O ensino talvez seja o agente de mudança cultural mais efetivo. Portanto para dar conta das inovações do mundo moderno é necessário manejar bem o conhecimento como instrumento fundamental do processo inovador.

No caso do empreendedorismo, as universidades têm que superar desafios internos para poder concentrar as suas energias na formação de pessoas com tais características. A universidade, em todo o mundo, tem um papel extremamente importante na nova realidade econômica em que empresas de conhecimento se transformam em uma das principais forças do desenvolvimento econômico. A universidade não é uma parte diferenciada do reto da sociedade que construiu uma visão empreendedora e quer disseminá-la, a universidade é rica também em virtude seus paradoxos, que fazem ao mesmo tempo criar o germe da mudança.

A cultura empreendedora possibilita a inserção de todos aqueles interessados em empreendedorismo, neste contexto e possibilita interferências diversas, que irão acrescentar-lhe na sua formação em empreendedorismo. Nas escolas de empreendedores, através desta cultura, tem se destacado por fornecer ao seu corpo discente comportamentos e atitudes que conduzem a inovação, à capacidade de transformação do mundo, à geração de riquezas. Aqui, o futuro empreendedor vivência novos paradigmas em vários campos, seja a pesquisa, o ensino o emprego, e até a empresa. A intenção é levar o interessado a: despertar o interesse pela criação do próprio negócio; vivenciar a oportunidade de colocar-se diante do mercado de trabalho; desenvolver habilidades de gestão; rever valores intra e interpessoais e nos negócios.

Retomando a questão inicial quanto ao importante papel desempenhado pelo empreendedor, conclui-se que a análise dos resultados obtidos na pesquisa permite algumas conclusões que ajudam a evidenciar o potencial de contribuição da atividade empreendedora ao desenvolvimento social e econômico do país.

Para finalizar este trabalho, cabe ressaltar que a motivação para empreender encontrada numa sociedade está diretamente associada ao prestígio conferido à atividade no meio social e profissional. E que os resultados deste confirmam o importante papel da atividade empreendedora no desenvolvimento econômico e social do país bem como sua inegável contribuição para a geração de emprego e renda.

ANEXOS

Entrevista

Profº Fernando Eutunio Galtier
Diretor Geral ENE

O ENE vem trabalhando com projetos específicos. No passado em 95 e 96 a Escola trabalhou oferecendo a comunidade cursos auto sustentados. O problema é que um curso bem feito bem elaborado sai muito caro, então você tem que cobrar, normalmente quem pensa em montar um negócio está desempregado, não tem muito dinheiro para pagar. Então o ENE vem trabalhando desde 1997 com programas financiados por órgãos como o FAT – FINEPE . O ENE monta o projeto, leva ao órgão financiador e já na fase do financiamento, próximo do desenvolvimento do treinamento, se localiza a clientela. Ex: Primeiro Emprego, foi oferecido a alunos que estavam terminando o segundo grau e é desenvolvido junto a comunidade da grande Florianópolis, foi feito convênios com vários colégios, o ENE providenciou toda a logística, material, professores, contratações e o público alvo não precisou pagar nada, quem pagou foi o FAT. O ENE atua na pós-graduação com cursos de pós-graduação em moderna gestão empresarial, só que esses cursos são auto financiados, os alunos é que pagam.

Nós trabalhamos muito, enquanto o modelo adotado, com o comportamento empreendedor, a gente tem uma visão comportamental. O que mudamos nos cursos é o comportamento, porque uma vez mudado o comportamento o resto vem junto. Iniciativa, busca de informações, todas as qualidades de empreendedor, o empreendedor vai atrás, você não precisa ensinar matemática financeira, você ensina que ele tem que ter um comportamento pró-ativo e ele vai atrás vai ao SEBRAE, compra livros lê em casa.

A gente trabalha muito na base comportamental, nossas pesquisas também são focadas na base comportamental, trabalhamos muito com a engenharia de produção que têm uma área de concentração e já foi trabalhado o empreendedorismo com crianças e adolescente, tem até uma tese de doutorado, empreendedorismo com crianças. Claro que você não vai ensinar a uma criança a montar um negócio.

O empreendedorismo hoje não é visto só como um negócio. Vê como comportamento, você pode ser um empreendedor no emprego público, dentro de uma empresa, etc. A base é o comportamento.

TESTE

Segundo os especialistas, as pessoas podem ter mais chance de fazer sucesso com um negócio próprio quando reúnem uma série de características básicas. Para descobrir se você tem o perfil de um empreendedor, preencha os questionários a seguir respondendo as alternativas “a” “b” “c” “d” “e” ou “sim” ou “não” para cada item.

TESTE 1

DESCUBRA SE VOCÊ É OU PODE SER UM EMPREENDEDOR

1. Como era o emprego de seus pais?

- a- Trabalhavam e foram autônomos a maior parte da vida;
- b- Trabalhavam e foram autônomos durante algum tempo da vida;
- c- Um deles foi autônomo durante a maior parte da vida;
- d- Um deles foi autônomo durante certo momento da vida;
- e- Nenhum deles foi autônomo;

2. Você já foi despedido alguma vez de um emprego?

- a- Sim, mais de uma vez;
- b- Sim, uma vez
- c- Não;

3- Sua carreira começou;

- a- Em uma pequena empresa (menos de 100 empregados);
- b- Em uma média empresa (entre 100 e 500 empregados);
- c- Em uma grande empresa (mais de 500 empregados);

4- Quantos anos você tem no momento?

- a- Entre 21 e 30;

- b- Entre 31 e 40;
- c- Entre 41 e 50;
- d- Acima de 51;

5- Você é:

- a- Casado;
- b- Divorciado;
- c- Solteiro;

6- Qual é sua graduação?

- a- 2º grau incompleto;
- b- 2º grau completo;
- c- Superior;
- d- Mestrado;
- e- Doutorado;

7- O que motiva você, em primeiro lugar, a começar um negócio?

- a- Ganhar dinheiro;
- b- Eu não gosto de trabalhar para outra pessoa;
- c- Ser famoso;
- d- Ter uma saída para o excesso de energia;

8- Se você estivesse numa pista de corrida, em qual desses você colocaria seu dinheiro?

- a- Na dupla do dia – uma chance de enriquecer de repente;
- b- Numa aposta com probabilidade de dez para um;
- c- Numa aposta com probabilidade de três para um;
- d- No favorito, com probabilidade de dois para um;

9- O único ingrediente que tanto é necessário quanto suficiente para começar um negócio é;

- a- Dinheiro;
- b- Cliente
- c- Uma idéia ou produto;
- d- Motivação e trabalho rigoroso;

10- Dada uma escolha, você preferiria:

- a- Jogar o dado com uma chance em três de ganhar;
- b- Trabalhar em um problema com uma chance em três de resolvê-lo no prazo fixado;

11- Se você pudesse escolher entre as seguintes profissões, você seria:

- a- Jogador de futebol;
- b- Vendedor;

c- Advogado;

d- Professor;

12- Se você tivesse de escolher entre trabalhar com um sócio que é um amigo íntimo e trabalhar com um estranho que é um especialista em sua área, você escolheria:

a- o amigo íntimo;

b- o especialista;

13- Ao planejar um jogo competitivo, você se preocupa com:

a- Quanto você joga bem;

b- Ganhar ou perder;

c- tanto “a” quanto “b”;

d- nem “a” nem “b”.

Resultado:

Abaixo de 70 pontos – Você não tem o perfil de quem vai tocar um negócio, mas nem tudo está perdido. Acerte suas contas, acumule recursos e invista em você mesmo.

De 71 a 89 pontos – Você já tem algumas características de empreendedor, mas precisa estudar mais o mercado e o assunto.

De 90 a 140 pontos – Ou você já é um empreendedor de sucesso ou apenas espera o momento certo para começar.

TESTE 2

VOCÊ TEM VOCAÇÃO PARA SER UM EMPREENDEDOR?

1. Quando você se propõe a fazer alguma coisa vai até o fim?

SIM (), **NÃO** ()

2. Ao fazer um bom trabalho, tem a sensação de estar satisfeito?

SIM (), **NÃO** ()

3. Tenta evitar situações em que é preciso falar com desconhecidos?

SIM (), **NÃO** ()

4. Ao montar um projeto, mesmo que sua completa implementação demore cinco anos, continua estimulado?

SIM (), **NÃO** ()

5. Quando pensa no futuro, inclui a possibilidade de montar ou administrar um negócio?

SIM (), **NÃO** ()

6. Normalmente aceita sugestões no trabalho de pessoas mais velhas e experientes?

SIM (), **NÃO** ()

7. Importa-se muito com o que os outros pensam de você?

SIM (), **NÃO** ()

8. Na sua família existem casos de empreendedores de sucesso?

SIM (), **NÃO** ()

9. Você tem o hábito de planejar e organizar as coisas antes de iniciá-las?

SIM (), **NÃO** ()

10. Você está disposto a não ter horário fixo ou uma rotina que ultrapasse as oito horas diárias de trabalho?

SIM (), **NÃO** ()

11. Costuma ter novas idéias e, sempre que possível se esforça para implementá-las?

SIM (), **NÃO** ()

12. Na escola fazia parte de um time ou praticava algum esporte?

SIM (), **NÃO** ()

13. Você gosta de cuidar de detalhes?

SIM (), **NÃO** ()

14. Você tem idade entre 25 e 50 anos?

SIM (), **NÃO** ()

15. Você se aborrece facilmente?

SIM (), **NÃO** ()

16. Pode manter-se concentrado em um assunto por um longo período?

SIM (), **NÃO** ()

17. Você depende do incentivo de outros para fazer o que precisa?

SIM (), **NÃO** ()

18. Quando pesquisa coisas de que gosta, encontra sempre novas áreas de interesse?

SIM (), **NÃO** ()

19. A satisfação pessoal é para você mais importante que o dinheiro?

SIM (), **NÃO** ()

20. Procura ver o lado positivo de uma situação difícil?

SIM (), **NÃO** ()

21. Persiste em fazer as coisas mesmo quando os outros dizem que elas não são possíveis?

SIM (), **NÃO** ()

22. Você acredita que a sorte pode explicar o sucesso?

SIM (), **NÃO** ()

23. Você está preparado para sacrificar um pouco sua vida familiar e contar com uma redução em seus ganhos para ter sucesso nos negócios?

SIM (), **NÃO** ()

24. Gosta de correr riscos?

SIM (), **NÃO** ()

25. Muitas respostas a seus problemas aparecem de uma hora para outra?

SIM (), **NÃO** ()

26. Você acha que pode lidar bem com muitos chefes ao mesmo tempo, em vez de ter de prestar contas para apenas um?

SIM (), **NÃO** ()

27. Você é capaz de absorver bem as críticas?

SIM (), **NÃO** ()

28. Acha que vale a pena tentar novos horizontes profissionais mesmo perdendo o conforto de estar vinculado a uma empresa?

SIM (), **NÃO** ()

29. Para você, a etapa mais difícil na hora de montar um negócio próprio é reunir o capital e escolher o ponto?

SIM (), **NÃO** ()

30. Quando você está insatisfeito com suas perspectivas profissionais dentro da empresa em que trabalha, pensa fortemente na possibilidade de investir em um negócio próprio, em vez de procurar uma empresa de recolocação profissional?

SIM (), **NÃO** ()

MARQUE 1 PONTO PARA CADA RESPOSTA

SIM nas questões:

1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 23, 26, 27, 28, 30.

NÃO nas questões:

3, 7, 13, 15, 17, 22, 24, 25, 29.

RESULTADO –

Até 10 pontos: esqueça, você não tem a menor vocação para ser um empreendedor.

Entre 11 e 20 pontos: você possui alguns traços de empreendedor, mas ainda precisa desenvolver melhor algumas características, como a autoconfiança, antes de montar um negócio próprio.

Acima de 21 pontos: você tem boa parte das características de quem vai conseguir virar-se muito bem na vida sem ter um patrão.

Fontes Francisco Guglielme, consultor de negócios, revista Veja junho de 2001.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ANDRADE FILHO, L. **Empreendedorismo: desenvolvimento e implementação de um modelo de ensino pela internet**. Florianópolis. 2000. 114p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- BERNHOEFT, Renato. **Como tornar-se empreendedor** (em qualquer idade). São Paulo: Nobel, 1996.
- CORRÊA, D. P. **O papel do empreendedor no crescimento da firma: dois estudos de caso**. Florianópolis, 2000. 158p. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- DEGEN, R. **O empreendedor: Guia para montar seu negócio, vender as dificuldades e administrar riscos**. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.
- DEGEN, Ronald J. **O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. **Administrando para o futuro**. São Paulo: Pioneira, 1992.
- DRUCKER, Peter. **Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios**. Ed. Pioneira, São Paulo, 1987.
- EMPINOTT, Moacir. **Os valores a Serviço da Pessoa Humana**. Ed. PUC do Rio Grande do Sul, 1984.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo e Gerenciamento: Processos Distintos, porém complementares**. Montreal: HEC.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração. Abr./Jun. 1999, 5-28.

- FILION, L. J. Visão e Relações: **Elementos para um meta-modelo empreendedor**. *Revista de Administração de empresas*. São Paulo, 33(6):50-61, 1993.
- GEM, **Empreendedorismo no Brasil** – *Global Entrepreneurship Monitor*, 2001.
- GERBER, M. E. **O mito do empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 1990.
- LIMA, A. A. T. de F. **Meta-Modelo de Diagnóstico para Pequenas Empresas**. Florianópolis, 2001. 236p. Tese de Doutorado (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor**. Florianópolis, 1997. 116p. Dissertação de Mestrado (Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- MACHADO, H. V. **Identidade Empreendedora de Mulheres no Paraná**. Florianópolis, 2002. 192p. Tese de Doutorado (Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- NAISBITT, J. **Paradoxo Global: quanto maior a economia mundial, mais poderosos são os seus protagonistas menores**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- OLIVEIRA, M. **Valeu! Passos na trajetória de um empreendedor**. São Paulo: Nobel, 1995.
- PAIM, L. R. C. **Estratégias metodológicas na formação de empreendedores em cursos de graduação: cultura empreendedora**. Florianópolis. 2001. 101p. Dissertação de Mestrado (Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- PENROSE, Edith. *The theory of the growth of the firm*. 3. ed. Oxford University, 1995. 272p.
- PINCHOT, G. *Intrapreneurship*. New York: Harper & Row, 1985.
- PINCHOT, G. **Intrapreneurship: por que você não precisa deixar a empresa para ser um empreendedor**. São Paulo: Harba, 1995.
- POSSAS, M. L. **A dinâmica da economia capitalista: uma abordagem teórica**. Brasiliense, 1987. Inovações, mudança estrutural e o componente de tendência da dinâmica.

- RÉ, A. M. Um método para identificar características predominantes em empreendedores que obtiveram sucesso utilizando um sistema neurodifuso.** Florianópolis, 2000. 132p. Tese Doutorado (Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- RIFKIN, J. O fim dos empregos.** São Paulo: Makron Books, 1996.
- SCHUMPETER, Joseph. A. Teoria do desenvolvimento econômico: Uma instigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1997. 239p.
- SILVA, H. E. Programa de empreendedores da UCB: bases conceituais e estratégia de desenvolvimento.** Estudos Empresariais. 1996.