



ISSN: 1696-8352

BRASIL – DICIEMBRE 2015

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: ANÁLISE DAS PRINCIPAIS TRANSFORMAÇÕES

Carlos Eduardo Moreira Tavares

Universidade de Cruz Alta/RS

etavares@unicruz.edu.br

Evelise Dobler

Universidade de Cruz Alta/RS

eveliserp@hotmail.com

Gilnei Luiz de Moura

Universidade Federal de Santa Maria/RS

mr.gmoura.ufsm@gmail.com

RESUMO

O presente estudo expõe uma análise qualitativa sobre as principais transformações relacionadas ao empreendedorismo no Brasil e seus principais fatores limitantes no período compreendido entre os anos de 2010 a 2014. A partir dos resultados apresentados pela pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor), em relação às transformações no cenário empreendedor no País, verifica-se que a taxa de atividade empreendedora teve significativo crescimento nos últimos anos, consolidando o Brasil como um dos países com maior vocação para o empreendedorismo. Os principais fatores limitantes ao empreendedorismo referem-se às Políticas Governamentais, Apoio Financeiro e Educação e Capacitação.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Transformações. Limitantes.

INTRODUÇÃO

A necessidade de promover o desenvolvimento regional é amplamente reconhecida na sociedade, sendo que, a geração de riquezas e a competitividade são alguns dos principais componentes que estimulam o desenvolvimento econômico. Neste cenário, o empreendedorismo é parte importante para a criação da competitividade e geração de riqueza no processo de desenvolvimento de qualquer comunidade, região ou país (OYEFUSI, 2009).

O empreendedor é tido como aquele que faz as coisas acontecerem, antecipa-se aos fatos e apresenta uma visão futura da organização, que introduz inovações e abre empresas com a intenção de administrá-las para aproveitar uma oportunidade (MUNIZ, 2008). A criação de novas empresas além contribuir com a geração de renda, estimula também o crescimento econômico do país. De acordo com Gerber (1996), pode-se dizer que o indivíduo empreendedor desempenha um papel importante junto à sociedade,

pois, com seu espírito inovador, transforma a condição mais insignificante em uma oportunidade excepcional.

O momento atual pode ser denominado como a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão encurtando distâncias culturais e comerciais, criando novas relações de trabalho, globalizando, renovando os conceitos econômicos e gerando riquezas para a sociedade (BESSOME, 2000; DORNELAS, 2008).

Conhecer o empreendedor e suas atitudes torna-se importante para o desenvolvimento de ações que possam estimular a melhoria do ambiente empreendedor. No Brasil, segundo GEM (2010), os empreendimentos, em sua maioria, foram caracterizados por iniciativas relacionadas à necessidade. Este perfil torna-se preocupante, pois, em geral, é constituído por pessoas que empreendem sem o conhecimento necessário, principalmente no que tange ao planejamento e gerenciamento dos empreendimentos. Ao contrário do empreendimento por necessidade, o empreendimento por oportunidade gera maiores possibilidades de sucesso que os realizados pela necessidade, principalmente, pelas características relacionadas à busca da oportunidade, que na maioria das vezes ocorre a partir da busca de informações, análise do mercado e planejamento das ações.

Nesse contexto, verifica-se que vários fatores influenciam o empreendedorismo por oportunidade e necessidade, no caso do Brasil, observa-se maior incentivo ao desenvolvimento de ações que possibilitem o estímulo ao empreendedorismo por oportunidade nos últimos anos. Assim, o presente estudo procura analisar, nos últimos 5 anos, os principais fatores limitantes ao empreendedorismo no Brasil a partir da pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

EMPREENDEDORISMO E AS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

No início do século XVIII, identificava-se empreendedor qualquer pessoa capaz de assumir riscos em uma negociação de compra de mercadorias ou serviços por um determinado preço com a intenção de revendê-los mais tarde por um preço não fixado, ou seja, incerto (DUTRA; LENZI; VENTURI, 2005).

Com o passar dos anos, o empreendedorismo ganhou novos significados conforme Dornelas (2008), o empreendedorismo, na verdade, é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades e a perfeita implantação dessas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso. Hisrich, Peters e Shepherd (2009), ressaltam que empreendedorismo é o processo dinâmico de gerar riquezas através da criação de algo novo com valor e para isso é preciso dedicação de tempo e esforços.

Filion (1999), sob o enfoque de economistas e comportamentalistas define o empreendedor como: pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar e aprender a respeito de possíveis oportunidades e assim tomar decisões moderadamente arriscadas, explorando alternativas que objetivam a inovação. Através de um estudo contínuo sobre o contexto empresarial é que os indivíduos conseguirão manter seu papel de empreendedor.

Malheiros, Ferla e Cunha (2003), afirmam que as pessoas podem aprender a agir como empreendedores, usando para isso ferramentas baseadas no interesse em buscar mudanças, reagir a elas e explorá-las como oportunidade de negócios. Nesse sentido

então o empreendedorismo define-se como um comportamento e não como um traço de personalidade e o espírito empreendedor é uma característica distinta de algumas pessoas (DRUCKER, 1994). Cada vez mais o empreendedorismo tem sido reconhecido com um importante gerador de crescimento, inovação e, especialmente, criação de novos empregos (BAKOTIC; KRUZIC, 2010). Além disso, o empreendedorismo pode ser considerado como um forte gerador de desenvolvimento econômico regional. Evidencia-se a relação do desenvolvimento econômico da região nordeste dos Estados Unidos através da formação de novos negócios (BASHIR, 2011).

O empreendedorismo é composto por diferentes fatores, presentes em diferentes doses e graus de intensidade que se manifestam e se combinam de diferentes maneiras em cada empreendedor (MAXIMIANO, 2007). Mesmo que existam muitas variações no perfil empreendedor, é possível prever a vocação empreendedora de uma pessoa apenas com algumas características comportamentais como Iniciativa, persistência, especialização, persuasão, capacidade de assumir riscos e imaginação de novos caminhos (MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2003).

Malheiros, Ferla e Cunha (2003), ainda classificam em duas virtudes a distinção entre os empreendedores dos meros participantes de negócios. As virtudes de apoio são importantes e necessárias, estão presente em empreendedores assim como em bons administradores, por exemplo: visão, energia, liderança, obstinação, comprometimento de decisão e concentração. E as virtudes superiores são características apenas dos empreendedores e são com elas que os mesmos constroem impérios e modificam o mundo, por exemplo: criatividade, independência, entusiasmo e paixão pelo que faz.

Dornelas (2008) faz uma descrição mais detalhada sobre os empreendedores são determinados, dinâmicos, dedicados, são indivíduos que transformam uma idéia abstrata em algo de concreto, sabem explorar o máximo as oportunidades, constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, possuem conhecimento, planejam, são organizados, são bem relacionados e constroem rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa junto a clientes, fornecedores entre outros. São pessoas diferenciadas que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidos, admirados e imitados, formando um legado de seguidores.

O espírito empreendedor não é uma característica da personalidade uma vez que cada indivíduo que necessite tomar uma decisão pode aprender a se comportar de forma empreendedora. A necessidade do empreendedor conhecer seu produto e o mercado como ninguém para estar na frente dos concorrentes. É imprescindível saber conduzir e incentivar as pessoas a realizar as tarefas bem feitas criando valores a elas, assim como é preciso manter o foco constante no produto e no cliente (FARREL, 1993).

ATITUDES EMPREENDEDORAS

Observada a importância do empreendedor no processo de desenvolvimento da sociedade, é importante destacar as atitudes empreendedoras que são desenvolvidas para alcançarem os objetivos desejados. Segundo Souza e Júnior (2005) as atitudes podem ser definidas como uma disposição para responder a um objeto psicológico. Nesse contexto, acredita-se que as atitudes serão desenvolvidas conforme o nível de importância que os objetivos representam nos empreendimentos. Assim o comportamento humano pode ser explicado pelas atitudes empreendedoras que

correspondem à disposição para responder a algum grau desfavorável ou favorável ao objeto que se tem mente. A atitude é uma predisposição aprendida pelo sujeito para atuar, ou não, de forma empreendedora.

A atitude é uma semente que nasce sob certas condições e pode germinar um comportamento. Serve para indicar positivamente ou negativamente condutas dos seres humanos e estão relacionadas com o comportamento do sujeito em relação ao objeto, símbolo ou situação que lhe é exposta (MARTINS; LINTZ, 2000). Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), as ações ou atitudes empreendedoras referem-se ao comportamento do empreendedorismo em resposta a uma decisão sob incerteza a respeito de uma possível oportunidade de lucro. E mesmo diante das incertezas em relação ao resultado dessas ações, os empreendedores devem agir, pois as ações acontecem no decorrer do tempo e como o futuro é desconhecido, faz parte da sua natureza que elas sejam incertas.

A atitude age em função da gestão e persistência - definidas como planejamento, predisposição para ter iniciativas, tomar decisões, cumprir metas, atingir objetivos, obter informações e avaliar sistematicamente e buscar oportunidades - e prospecção e inovação como poder, redes sociais, autoconfiança, considerando como predisposição para agir de forma criativa, construir diferenciais competitivos e produtivos (LUCAS; SOUZA, 2007). As atitudes empreendedoras podem ser entendidas como toda e qualquer ação, estratégias, práticas de atuação ou decisões, que os empreendedores tomam e aplicam em seus negócios, com o intuito de atingir objetivos e superar expectativas. Como exemplo dessas ações pode-se citar a criação de novos produtos ou serviços, a remodelagem de produtos já existente, investimento em novas tecnologias, investimentos em novos empreendimentos e entre outros (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

A atitude quando combinada a uma determinada situação desencadeia a um resultado chamado comportamento. O comportamento é visto como a maneira que as pessoas conduzem suas ações. As ações tratam sobre aquilo que as pessoas acreditam ser adequado e também sobre a conduta que os membros da sociedade esperam do indivíduo ante a uma circunstância. Portanto, a atitude é a intenção de se comportar enquanto o comportamento é a ação (MUNIZ, 2008).

ANALISE DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E SUAS LIMITAÇÕES

Embora as pesquisas GEM, na última década, demonstrem o crescente número da taxa de atividade empreendedora no Brasil, esta temática necessita de aprofundamento nas discussões, principalmente no que tange aos fatores limitantes para o empreendedorismo no Brasil.

Os resultados dos estudos do GEM demonstram que o otimismo em empreender, no Brasil, é maior que a média mundial, tendo significativo aumento da participação das mulheres no empreendedorismo. Além disso, verifica-se que a participação da população de menor renda possui destaque no empreendedorismo do País, reforçando o papel de inclusão social que as atividades empreendedoras representam.

Analisando os resultados das pesquisas GEM a partir do ano de 2010, verifica-se que ter um negócio próprio é um sonho de cerca de 45% da população brasileira, além disso, diferentemente das primeiras pesquisas realizadas pelo GEM, em torno de 70% do número de empreendedores que iniciam um negócio o fazem por oportunidade e não por necessidade. Estes dados são evidenciados a partir da pesquisa do ano de 2012 e

podem ser justificados pelo crescente nível de emprego observado no País (GEM, 2012).

O momento econômico favorável observado no ano de 2012 evidenciou um novo cenário empreendedor, a pesquisa realizada com pessoas entre 18 a 64 anos, nas cinco regiões brasileiras, apresenta crescimento em torno de 10% no percentual de pessoas envolvidas na criação ou administração de um negócio nos últimos 10 anos (GEM, 2012).

Outros fatores favoráveis ao desempenho do empreendedorismo brasileiro merecem destaque, principalmente o fortalecimento do mercado interno consumidor, que ultrapassou 100 milhões de pessoas e o aumento da escolaridade dos empresários brasileiros. O perfil do empreendedor brasileiro é mais escolarizado e mais jovem, cerca de 50 % dos empreendedores com até três anos e meio de atividade têm entre 18 e 34 anos, enquanto empresas que estão a mais tempo no mercado, apenas 25% são dessa faixa etária (GEM, 2013).

Observa-se que em 2014, ocorreu pouca variação no crescimento da taxa de empreendedorismo, ressaltando a forte influência da taxa de empreendedores novos, a qual vem apresentando crescimento em torno de um ponto percentual, desde 2012. Em relação ao empreendedorismo por oportunidade e necessidade, verifica-se que em 2014 a proporção de empreendedores por oportunidade em relação à TEA (taxa de atividade empreendedora) foi de 70,6%, mantendo-se tecnicamente constante em relação ao ano de 2013 (GEM, 2014).

Apesar da constante evolução das taxas de atividade empreendedora no Brasil, nas pesquisas analisadas, verifica-se a constante preocupação em alguns fatores que são limitantes ao melhor desempenho do empreendedorismo no Brasil. A partir da pesquisa GEM entre os anos de 2010 a 2014, observou-se, que os principais gargalos ao empreendedorismo são: Políticas Governamentais; Apoio Financeiro e Educação e Capacitação.

Em relação às Políticas Governamentais verifica-se que as principais carências apresentadas nas pesquisas GEM no período analisado, refere-se a falta de uma política nacional voltada ao empreendedorismo, contemplando focos estratégicos nacionais e regionais; baixo nível de políticas que possam auxiliar no desenvolvimento das atitudes empreendedoras; pouco incentivo aos novos negócios, procedimentos burocráticos que prejudicam a abertura e a manutenção dos negócios; o peso da carga tributária e a legislação trabalhista, entre outros.

Quanto as questões relacionadas ao apoio financeiro, os principais limitantes ao empreendedorismo referem-se a exigência de garantia real para a concessão de financiamentos; dificuldade de acesso ao crédito e seu custo elevado; demasiada burocracia para a concessão de crédito ao empreendedor; poucos editais de captação de recursos para empresas iniciantes, entre outros.

Por fim, no que tange a educação e capacitação, observa-se que os principais gargalos referem-se ao fomento do ensino do empreendedorismo na escola; falhas na formação de professores; baixo nível de atividades de ensino relativo à educação empreendedora para jovens; cultura nacional com pouca ênfase na necessidade do desenvolvimento do ensino voltado ao empreendedorismo na educação básica, baixo nível de educação geral da população brasileira, entre outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da ampliação do empreendedorismo nas últimas décadas, a pesquisa demonstra que ainda é necessário avançar. O empreendedor pode ser considerado como um agente transformador na economia, além de contribuir significativamente com o processo de inovação, melhorando as condições sociais e econômicas do ambiente onde está inserido.

A partir da análise da pesquisa GEM, no período de cinco anos, percebe-se que o Brasil necessita de políticas melhores estruturadas para ultrapassar as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores, principalmente no que tange as políticas governamentais, apoio financeiro e educação e capacitação.

Nesse contexto, verifica-se a necessidade de criação de instrumentos que possibilitem a ampliação da política nacional para a estruturação de um ambiente empreendedor propício a geração de novos empreendimentos. Além disso, cabe salientar a necessidade de criar políticas que visem a desburocratização e a revisão da carga tributária e legislação trabalhista, visando o estímulo ao desenvolvimento empreendedor.

Por fim, observa-se a necessidade de investimento na educação e capacitação empreendedora, tanto na educação básica como no ensino superior. Este gargalo torna-se um dos mais importantes, pois, o estímulo à educação empreendedora, como observado em outros países, possibilita que a sociedade de maneira geral esteja mais preparada para o empreendedorismo, não somente o empreendedorismo de formação de negócios, mas também, o intraempreendedorismo e a formação de novas lideranças.

REFERÊNCIAS

- BAKOTIC, D.; KRIZIC, D. **Students' Perceptions and Intentions Towards Entrepreneurship: The Empirical Findings From Croatia**. The Business Review V. 14, N. 2. Cambridge, 2010.
- BASHIR, SAIMA. **A spatial analysis of the role of entrepreneurship in the Economic development in northeast region of the united states**. Dissertation Submitted to the Davis College of Agriculture, Natural Resources and Design at West Virginia University, 2011.
- BESSOME, F. **Nem Tanto Nem Tão Pouco**. São Paulo: Rumos, 2000.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DUTRA, Ivan S; LENZI, Fernando C; VENTURI, James L. Estudo comparativo das características de empreendedores em pequenas empresas. In: ENCONTRO DA ENANPAD, 29, 2005, Brasília: ENANPAD, 2005.
- DRUCKER, P. E. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: Práticas e princípios. Tradução Carlos J. Malferrari. 4.ed. São Paulo: Pioneira, 1994.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, SP, v. 34, n.2, p 05-28, abr. 1999.
- FARREL, L.C. **Entrepreneurship**: fundamentos das organizações empreendedoras. São Paulo: Saraiva, 1993.

- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. IBQP e SEBRAE, 2010. Disponível em: <[www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../\\$FILE/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../$FILE/NT0003EF2A.pdf)>. Acesso em: 23 Abr. 2015.
- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. IBQP e SEBRAE, 2011. Disponível em: <[www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../\\$FILE/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../$FILE/NT0003EF2A.pdf)>. Acesso em: 23 Abr. 2015.
- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. IBQP e SEBRAE, 2012. Disponível em: <[www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../\\$FILE/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../$FILE/NT0003EF2A.pdf)>. Acesso em: 23 Abr. 2015.
- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. IBQP e SEBRAE, 2013. Disponível em: <[www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../\\$FILE/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../$FILE/NT0003EF2A.pdf)>. Acesso em: 23 Abr. 2015.
- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. IBQP e SEBRAE, 2014. Disponível em: <[www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../\\$FILE/NT0003EF2A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/.../$FILE/NT0003EF2A.pdf)>. Acesso em: 23 Abr. 2015.
- GERBER, M.E. **O mito do empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 1996.
- GERBER, M. E. **Empreender: fazendo a diferença**. São Paulo: Fundamento, 2004.
- HISRIC, R. D; PETERS, M, P; SHEPHERD, D, A. **Empreendedorismo**. Tradução Teresa Cristina Felix de Souza et al. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- LUCAS, Cristina. C; SOUZA, Eda C. L. **Cultura e atitude empreendedora nas vinícolas do vale do vinhedo RS**. In: ENCONTRO DA ENANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro: ENANPAD, 2007.
- MALHEIROS, R. C. C. FERLA, L. A. CUNHA, C. J. C. A. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: Instituto de estudos avançados, 2003.
- MARTINS, G. A. LINTZ, A. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 2000.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MUNIZ, C. N. S. **Atitude empreendedora e suas dimensões**. Dissertação de Mestrado em Administração. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.
- OYEFUSI, O. O. **Minority entrepreneurship: entrepreneurship education at Historically black colleges and universities and inner city Economic development**. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Business Administration. University Of Phoenix, 2009.
- SOUZA, Eda C. L. JÚNIOR, Gumersindo S. L. **Atitude empreendedora em proprietários gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida**. In: ENCONTRO DA ENANPAD, 29, 2005, Distrito federal: ENANPAD, 2005.